

ALINE BARATO CHELUCHINHAK

**O CONSUMO DAS PRÁTICAS DO LAZER E DE BENS CULTURAIS
POR QUEM PRODUZ CONHECIMENTO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO
JUNTO AO LACTEC**

Dissertação de Mestrado defendida
como pré-requisito para a obtenção
do título de Mestre em Educação
Física, no Departamento de
Educação Física, Setor de Ciências
Biológicas da Universidade Federal
do Paraná.

ALINE BARATO CHELUCHINHAK

**O CONSUMO DAS PRÁTICAS DO LAZER E DE BENS CULTURAIS POR
QUEM PRODUZ CONHECIMENTO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO JUNTO
AO LACTEC**

Dissertação de Mestrado defendida como
pré-requisito para a obtenção do título de
Mestre em Educação Física, no
Departamento de Educação Física, Setor
de Ciências Biológicas da Universidade
Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Renato Cavichioli

Dedico este trabalho à **Carmem Lúcia Barato**, por sua presença constante, sua tolerância “imensurável” e seu amor incondicional. Sem dúvida, mãe, você é um exemplo de vida e de caráter a ser seguido.

Admiro, respeito, amo você!

AGRADECIMENTOS

Os melhores mestres são aqueles que conseguem “ouvir” seus aprendizes porque não estão ocupados demais em escutar a própria voz, embevecidos.

Os melhores mestres desviam os olhos da própria imagem em direção aos pupilos e são capazes de “vê-los” tal como de fato são, porque não ficam, à distância, levantando hipóteses para explicar aquilo que não entendem a respeito de alguns deles.

Os melhores mestres não precisam encher a boca para gritar aos quatro ventos o que pensam sobre ética. A sua ética se expressa nas entrelinhas do seu discurso, de seus gestos, de seus atos, de seus julgamentos e na atitude que adotam em determinadas circunstâncias – campos nos quais revelam também a personalidade.

Os melhores mestres têm consciência do efeito que podem produzir suas palavras e são cuidadosos no seu uso. Quanto mais considerados pelo seu saber ou sucesso profissional, os melhores mestres costumam ser mais sensíveis e imparciais em suas avaliações sobre as capacidades, habilidades, maturidade e retidão de caráter dos alunos, pois sabem que, por serem referência, o peso de suas palavras tem grande influência na formação de opinião, podendo beneficiar ou prejudicar a vida profissional ou até mesmo a vida pessoal dos alunos.

Os melhores mestres fazem questão de socializar o conhecimento e nunca “guardam” para si mesmos o seu saber para manter *status*.

Os melhores mestres são sempre exigentes porque esperam o “melhor” de seus alunos, mas costumam ser generosos e tolerantes quando estes não conseguem corresponder às suas expectativas.

Todas essas “sabedorias” aprendi nas relações com aqueles professores que fizeram diferença em minha vida acadêmica que – graças a eles – está apenas começando.

André Luiz Felix Rodacki, André Mendes Capraro, Cristina Carta Cardoso de Medeiros, Doralice Lange de Souza, Fernando Marinho Mezzadri, Fernando Renato Cavichioli, Joice Mara Facco Stefanello, Letícia Godoy, Marcelo Weishaupt Proni, Neiva Leite, Rosecler Vendruscolo e Wanderley

Marchi Júnior. Agradeço a vocês, **mestres**, por segurarem minhas mãos em meus primeiros passos pelos caminhos da Ciência sem, no entanto, caminharem por mim.

Agradeço também à minha **mãe**: minha primeira e melhor mestra.

Agradeço à minha **família** e aos “poucos e bons” **amigos** por sua compreensão quanto à minha ausência nos períodos de escrita.

Agradeço ao meu **grande amor**, Mario André Mazzuco, por não medir esforços ao me socorrer nos momentos mais críticos desse período. Sua presença, sempre paciente, e o seu carinho foram fundamentais nesses dois anos.

Agradeço imensamente ao meu **orientador**, Fernando Renato Cavichioli, por seus ensinamentos, por sua confiança, por sua amizade sincera e desinteressada, por sua tolerância, paciência e atenção, por sua sensibilidade e, principalmente, por essa oportunidade.

Agradeço ao **LACTEC** por abrir suas portas e participar da pesquisa.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – **CAPES** – pelo fomento à pesquisa científica.

Por fim, agradeço a **todos** que participaram direta ou indiretamente desse processo.

Ou isto ou aquilo
(Cecília Meireles)

*Ou se tem chuva e não se tem sol,
ou se tem sol e não se tem chuva!*

*Ou se calça a luva e não se põe o anel
ou se põe o anel e não se calça a luva!*

*Quem sobe nos ares não fica no chão,
quem fica no chão não sobe nos ares.*

*É uma grande pena que não se possa
estar ao mesmo tempo nos dois lugares!*

*Ou guardo o dinheiro e não compro o doce,
ou compro o doce e gasto dinheiro.*

*Ou isto ou aquilo: ou isto ou aquilo...
e vivo escolhendo o dia inteiro!*

*Não sei se brinco, não sei se estudo,
se saio correndo ou fico tranquilo.*

*Mas não consegui entender ainda
qual é melhor: se isto ou aquilo.*

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	viii
LISTA DE TABELAS.....	ix
RESUMO.....	x
ABSTRACT.....	xi
PRÓLOGO.....	01
INTRODUÇÃO.....	06
1. A “SOCIEDADE DE CONSUMO”: SOBRE CONSUMO E CULTURA DE CONSUMO.....	14
2. SOBRE A NATUREZA E O COMPORTAMENTO HUMANOS QUANTO AO CONSUMO DO LAZER E DE BENS CULTURAIS.....	76
2.1. O CONSUMO DO ESPORTE E DO LAZER E AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DE VEBLEN: DESVENDANDO MOTIVAÇÕES:.....	76
2.2. SOBRE O CONSUMO DO ESPORTE E DO LAZER: O QUE NOS DIZEM ELIAS E DUNNING.....	108
2.2.1. Espectro do Tempo Livre.....	137
3. A CONFIGURAÇÃO LACTEC.....	143
3.1. METODOLOGIA.....	143
3.2. O CENÁRIO LACTEC.....	148
3.3. O PERFIL DOS COLABORADORES DO LACTEC.....	156
4. O CONSUMO DE BENS CULTURAIS E AS PRÁTICAS DE LAZER DOS PESQUISADORES DO LACTEC.....	172
4.1. METODOLOGIA.....	172
4.2. OS PESQUISADORES DO LACTEC.....	172
4.3. CONSIDERAÇÕES ACERCA DO CONSUMO DO LAZER E DE BENS CULTURAIS POR QUEM PRODUZ CONHECIMENTO CIENTÍFICO JUNTO AO LACTEC: O ELO QUE FALTAVA.....	189
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	206
REFERÊNCIAS.....	211
APÊNDICE.....	216
ANEXOS.....	226

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organograma Administrativo do LACTEC.....	152
Figura 2. Renda Familiar dos colaboradores do LACTEC.....	157
Figura 3. Distribuição Percentual das Atividades Intermediárias Diárias...	159
Figura 4. Distribuição Percentual das Atividades Recreativas Diárias.....	160
Figura 5. Distribuição da Frequência Percentual de Turismo aos Finais de Semana.....	161
Figura 6. Distribuição da Frequência Percentual de Práticas Esportivas aos Finais de Semana.....	161
Figura 7. Distribuição da Frequência Percentual de Visitar Parentes aos Finais de Semana.....	162
Figura 8. Distribuição da Frequência Percentual de Atividades ao Ar Livre aos Finais de Semana.....	162
Figura 9. Distribuição da Frequência Percentual de Ficar em Casa aos Finais de Semana.....	163
Figura 10. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Físicas ou Desportivas.....	163
Figura 11. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Sociais.....	164
Figura 12. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Artísticas.....	165
Figura 13. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Manuais.....	165
Figura 14. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Intelectuais.....	166
Figura 15. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelas mulheres do LACTEC.....	168
Figura 16. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos homens do LACTEC.....	169
Figura 17. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES.....	186
Figura 18. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES do gênero feminino.....	187
Figura 19. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES do gênero masculino.....	188

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Distribuição Percentual da Função exercida na empresa de acordo com o Gênero.....	173
Tabela 2. Distribuição Percentual da Função na empresa de acordo com o Grau de Instrução.....	173
Tabela 3. Distribuição Percentual da Renda Familiar de acordo com a função exercida na empresa.....	175
Tabela 4. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Físicas/esportivas de acordo com a função exercida na empresa.....	177
Tabela 5. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Sociais de acordo com a função exercida na empresa.....	178
Tabela 6. Distribuição Percentual da Frequência com que os PESQUISADORES realizam Atividades Sociais de acordo com o grau de Instrução.....	178
Tabela 7. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Artísticas de acordo com a função exercida na empresa.....	179
Tabela 8. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Manuais de acordo com a função exercida na empresa.....	180
Tabela 9. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Intelectuais de acordo com a função exercida na empresa.....	181
Tabela 10. Distribuição Percentual da Frequência com que os PESQUISADORES realizam Atividades de Lazer físicas/esportivas, sociais, artísticas, manuais e intelectuais.....	182
Tabela 11. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários gostariam de realizar Atividades Artísticas de acordo com a função exercida na empresa.....	183
Tabela 12. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários gostariam de realizar Atividades Intelectuais de acordo com a função exercida na empresa.....	183
Tabela 13. Distribuição Percentual das horas gastas em Atividades Recreativas pelos PESQUISADORES de acordo com sua Renda Socioeconômica.....	184

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo identificar o consumo das práticas de lazer e de bens culturais por parte dos pesquisadores que atuam profissionalmente produzindo conhecimento junto ao LACTEC e refletir sobre as possíveis relações desse consumo com seu estilo de vida, sua atividade profissional, seu ambiente de trabalho e seu perfil. A pesquisa foi caracterizada como um estudo de caso quanti-qualitativo descritivo no qual, por meio de dados numéricos e análises estatísticas descrevemos as características de um determinado grupo e, com base nesses dados, o analisamos sociologicamente. Para tanto, inicialmente fizemos uma revisão bibliográfica que envolve as diferentes visões sobre Consumo, Cultura de Consumo e Sociedade de Consumo. Em seguida, apresentamos uma reflexão teórica sobre o conteúdo e aplicabilidade das ideias de Veblen, Norbert Elias e Eric Dunning em análises que envolvem práticas de esporte e lazer em nossa sociedade. Utilizando questionário e diário de campo, investigamos o perfil do LACTEC, a rotina e os hábitos de lazer de 266 de seus colaboradores e verificamos se há predominância de determinadas práticas de lazer nesse grupo. Conhecendo o grupo como um todo, utilizamos o programa estatístico *Epi Info* e o teste de Qui-quadrado para compararmos os trabalhadores de acordo com a função que exercem no Instituto considerando significantes as diferenças de proporções para $p < 0,05$. Os pesquisadores, grupo pelo qual tivemos maior interesse, foram avaliados nos que diz respeito à sua renda familiar, gênero, idade, grau de escolaridade e às suas práticas de lazer. Imaginamos que a atividade de pesquisa exigisse maior dedicação de tempo dos funcionários que dela se ocupam, mas comparados aos demais, gastam o mesmo número de horas semanais trabalhando e têm o mesmo tempo de férias anuais. Além disso, as horas despendidas às atividades de tempo livre também não diferem do restante do grupo. O número de horas despendidas para o lazer diferencia-se de acordo com o grau de instrução dos pesquisadores e tem como fator determinante a renda familiar. Dentre os cinco tipos de atividades de lazer propostos por Elias e Dunning, as intelectuais são as mais realizadas (62,8%); em segundo lugar encontram-se as físicas/esportivas (41,1%) seguidas das sociais (36,5%); as artísticas ficaram em quarto lugar (19,4%). Sugerimos também vinte e oito possíveis atividades de lazer. No *ranking* das dez realizadas com maior frequência, a música, a televisão e os filmes apareceram em primeiro e segundo lugares. A leitura apareceu em terceiro e em quarto o cinema. Em quinto e sexto lugares o futebol e as caminhadas. Em sétimo lugar, os eventos seguidos de idas ao shopping, tocar instrumentos e jogar videogame. Se comparados conforme os gêneros, essas últimas duas são atividades consumidas pelo público masculino. As mulheres preferem dançar, ir ao teatro e jogar os jogos de mesa. A renda familiar dos pesquisadores do LACTEC não influencia na escolha por determinadas práticas de lazer, mas o gênero influencia na escolha por práticas físicas/esportivas; o grau de instrução influencia nas práticas sociais; a função exercida na empresa e o estado civil influenciam nas práticas intelectuais de lazer. Ao avaliar essas respostas, não podemos negar que, hoje, a maioria das atividades de lazer é mediada pelo mercado. E diante de tantas possibilidades, é cômodo consumir o que está facilmente acessível aos nossos desejos. Concluímos que as reações decorrentes das nossas experiências com determinadas práticas e as emoções que evocam, bem como a possibilidade que temos de avaliar se tais reações são satisfatórias, nos levam a querer repetir tais experiências ou não. Disso tiramos, ao menos, duas lições: a primeira é a de que as pessoas não consomem bens e serviços – sempre, apenas ou necessariamente – pelas suas propriedades simbólicas de expressar obtenção e manutenção de um *status*. A segunda tem a ver com questões de identidade.

Palavras-chave: Consumo, Práticas de Lazer, Bens Culturais, LACTEC, Pesquisadores.

ABSTRACT

The present study aims to identify the consumption of leisure practices and cultural goods by researchers that work at LACTEC, and also to make a reflection about the possible relationships of this consumption with their lifestyle, professional activities, labor environment and personal profile. A quanti-qualitative descriptive case study method was applied and the characteristics of a certain group were described through numerical data and statistical analysis serving as the basis for our sociological analysis. A bibliographical review was initially made, involving different views of Consumption, Consumption Culture and Consumption Society. Following, a conceptual reflection about the contents and applicability of Veblens, Norbert Elias and Eric Dunning's ideas about sports and leisure practices within our society is presented. LACTEC general profile and the routine of leisure habits of its 266 collaborators were investigated through questionnaires and daily reports in order to verify the prevalence of certain leisure practices within this group. After knowing the group as a whole, *Epi Info Statistical Pack* was in order to apply the *Chi Square* method to compare the workers according to their function. Family income, gender, age, educational level and leisure practices of the researchers (a more interesting group for this study) were evaluated. Previously we thought that the researching activities would demand more time, but when compared to the other groups, it shows that they demand the same weekly working hours and also provide the same annual vacation time. Besides, the time spent with free time activities also doesn't differ from the rest of the group. Time spent with leisure is different when considering the educational level of the researchers: PhD's and Master Sciences spend less time with leisure. Another important factor related to the time spent with such activities is the family income. Among the 5 activities proposed by Elias and Dunning, the intellectual activities are the most achieved (62.8%); then physical activities/sports (41.1%); social activities (36.5%) and arts (19.4%). We also suggested other 28 leisure activities. Considering a top-ten ranking, Music and Television were the first and second most achieved activities, respectively. Reading and Cinema were the 4th and 5th. Soccer, Walking, Events, Shopping, Playing Instruments and Videogame completed the ranking. When taking genders into consideration, Playing instruments and Videogame are activities chosen by the men. Women prefer Dancing, Theater and Table Games. The family income of LACTEC researchers does not have influence on the choice of some leisure practices, but gender is determinant when choosing physical activities/sports; educational level has influence on social activities; the function at the company and marital status have influence on intellectual activities. We can't deny that most of leisure activities is influenced by the market. It becomes comfortable to consume what is easily available to our wishes. We conclude that reactions provided by our experiences with some practices and the emotions involved, as well as the possibility we have to evaluate if such reactions are really pleasant can make us to be willing to have or not the same experiences again. Therefore, there are two lessons we may learn: the first one is that people don't consume goods or services – always, only or necessarily – by their wish to express the obtaining and maintenance of a status. The second one has to do with matters of identity.

Key words: *Consumption, Leisure Practices, Cultural Goods, LACTEC, Researchers.*

PRÓLOGO

Eu só queria saber...

Primeiro quis saber se ia gostar de fazer parte de um dos times da escola.

Que gostava de praticar todo o tipo de atividade física eu já sabia, como também sempre gostei de assistir a todo e qualquer evento esportivo, exceto boxe.

E gostava de estar com a família, com um ou outro amigo, ou sozinha: estudar, brincar, andar de bicicleta, ler, assistir a filmes ou à televisão, ouvir música, dançar, jogar... E até “ficar sem fazer nada” era bom com a família ou sozinha; quando muito com aqueles poucos e bons amigos que conservo desde a infância. Isso, somado ao fato de ser – até hoje – tímida e introvertida, acabou por me render, recentemente, a alcunha de “antissocial”.

Naquele tempo ainda não sabia que era prática comum entre os técnicos do colégio assistirem às aulas de Educação Física antes de “convidarem” os alunos para ingressar nas “escolinhas”, que funcionavam no espaço escolar. O esporte era bastante incentivado e apreciado na escola, tanto que a organização contava com um Departamento de Esportes. Havia um convite formal para todos no momento em que eram divulgadas as atividades extracurriculares ofertadas pela instituição – com um custo que também era “extra”. E havia o convite “informal” feito pessoal e exclusivamente a alguns alunos pelos técnicos.

Tinha 10 anos quando os técnicos “me convidaram”. Comecei a treinar em dois times: o de voleibol e o de basquetebol. Não sobrava muito tempo para outras atividades. Muito do tempo livre de que dispunha era dedicado à prática esportiva. Naquele tempo, ainda não sabia direito por que, mas, além de não precisar pagar para treinar, podia participar dos treinos com outras categorias.

Foi assim que descobri que gostava (e ainda gosto) de jogar. Fazer parte dos times estava incluído na prática da atividade da qual gostava e, especialmente por isso, era bom. No meu time, no time das mais velhas e das mais-mais velhas. E ainda passei a ganhar bolsa para jogar que era o que eu mais gostava de fazer.

Os treinos foram ficando mais pesados, pois o grau de exigência ia aumentando em consonância com nível das categorias. Aos 13 anos foi preciso escolher entre as duas modalidades: escolhi o basquetebol.

O que mais me agradava era a sensação de poder dominar os fundamentos e de poder controlar as situações em jogo. Era muito divertido treinar, competir, fazer viagens, comprar um tênis bom para jogar ou só ficar olhando pra um deles, vestir o uniforme “largão”, correr com a torcida “empurrando” para vencer ou pelo menos para não entregar o jogo. Perder levava ao pranto e ganhar à euforia. E, às vezes dava raiva do técnico ou de uma parceira ou do adversário ou da torcida ou do time todo ou de mim mesma. Mas, ainda assim, eu gostava muito de basquetebol. Não dava para deixar de assistir a um bom jogo. Sentia necessidade de acompanhar os campeonatos, saber quem eram os melhores, locar filmes sobre o tema...

Passava o tempo, a idade aumentava e também a experiência. E começaram as cobranças por resultados. E também surgiram algumas oportunidades.

Por mais que gostasse dos treinos, dos jogos, das viagens, do time e que tudo isso me proporcionasse muito prazer, sentia-me pressionada e o estresse passou a ser maior que a diversão. O desejo de jogar profissionalmente era sempre reprimido, ora pelo técnico (que precisava da “atleta” no time, ora pelos pais que não queriam a filha sozinha por aí tão cedo), de forma que junto com o tempo, passaram as oportunidades.

Aos 17 anos – trabalhando e cursando Educação Física na Universidade Federal – me dei conta de que não havia mais espaço para que pudesse continuar competindo no nível antes “idealizado”.

Na época, pensei nos clubes e praças da cidade para poder continuar jogando, “batendo uma bolinha quando desse um tempo” – porque me fazia falta jogar basquete. Foi quando percebi que, em Curitiba, tais espaços eram praticamente restritos ao gênero masculino.

Mas o leitor deve estar se perguntando o que é que tudo isso tem a ver com o estudo que pretendo apresentar aqui e agora.

Tudo!

É difícil eliminar a possibilidade de que o gosto pelos esportes, o hábito adquirido, a longa convivência com meu técnico e com o “seu fazer” não tenham influenciado minha escolha quanto ao curso universitário.

Nem é necessário uma enquete para que possamos afirmar que boa parte dos alunos desse curso também tiveram ou têm algum envolvimento com o esporte. Isso está implícito no discurso dos graduandos com os quais tenho contato, como também estava no discurso dos meus colegas de graduação, do mestrado e no discurso dos nossos professores.

A disciplina de Basquetebol, cujas aulas eram ministradas pelo Professor Fernando Cavichioli, estava entre as obrigatórias da grade já no início do curso, o que me levou a conhecê-lo e, por seu intermédio, o CEPELS – Centro de Pesquisa em Esporte, Lazer e Sociedade. Meu primeiro estudo na Iniciação Científica (2005) foi investigar as causas da ausência feminina no basquetebol fora do âmbito escolar e clubístico em Curitiba.

Hoje, com 23 anos e concluindo o mestrado, ainda arranho de vez em quando um jeito de jogar o meu basquete. A cesta colocada por meus pais na parede da garagem para eu treinar/jogar/brincar quando tinha 10 anos foi muito utilizada durante os treze anos que se passaram. E continua lá para eu arremessar quando dá vontade de fazer isso sozinha. De vez em quando, aquele meu/nosso time do colégio se reúne para bater papo e bola em algum lugar.

Pelas atuais circunstâncias, tem sido cada vez mais rara minha participação em campeonatos, torneios ou outros tipos de eventos – quer como espectadora ou no desempenho de outra função. Porém, nos raros momentos em que isso acontece, posso ler na expressão de cada “atleta” da nova geração a mesma emoção que muitas pessoas presentes, velhas conhecidas minhas, “amantes” do basquetebol – os mesmos “atletas”, árbitros, técnicos, eternos “jogadores”/espectadores de todas as idades, do gênero masculino e do feminino – mesmo fazendo esforço, não conseguem ocultar.

O leitor mais atento vai perceber porque contei parte de minha história. Nessa trajetória é possível identificar o consumo de uma prática esportiva e de alguns dos elementos envolvidos nesse processo; seus significados e decorrências. E se levar o texto às últimas consequências, poderá inferir que

talvez o capital cultural tenha uma influência muito maior na construção/adoção de determinados estilos de vida do que o capital financeiro.

O que eu queria saber, inicialmente, acabei entendendo. E no caminho percorrido para chegar à resposta que procurava, surgiram novos questionamentos e até respostas que eu nem tive a intenção de obter.

O estudo que ora apresentamos – O consumo das práticas do lazer e de bens culturais por quem produz conhecimento científico tecnológico junto ao LACTEC – também tem, portanto, sua história, que não deixa de fazer parte da minha.

Nesse contexto, é preciso esclarecer, não foge à nossa compreensão que as relações entre o tema eleito para a pesquisa e a vida do pesquisador não são necessariamente desaconselháveis, desde que não nos deixemos levar pelas sugestões do senso comum em função do envolvimento.

Sales de Oliveira¹ reconhece que

promover a consonância entre pesquisa e biografia é altamente estimulante, pois atribui vida ao estudo, retirando da produção intelectual poeiras de artificialismo, que recobrem parte da pesquisa acadêmica ou, se não isso, que acabam contribuindo para a representação social da universidade como redoma, imagem que ainda encontra ressonância no conjunto da sociedade.²

Tal reconhecimento, porém, traz consigo a advertência de que é preciso manter uma relação ambígua com a experiência a fim de que o pesquisador não ceda “a verdades cristalizadas, a fórmulas vulgares, a esquemas reducionistas”³.

Para tanto é fundamental o entendimento de que todos os indivíduos (agentes sociais) podem perceber problemas na sociedade em que estão inseridos – e da qual, portanto, são indissociáveis – mas que nessa percepção, em geral, há maior grau de passionalidade e um grau minimizado do que podemos chamar de racionalidade humana. Decorrencia disso é uma visão obscurecida da realidade.

¹ SALES DE OLIVEIRA, P. Caminhos de construção da pesquisa em ciências humanas. In: **Metodologia das Ciências Humanas**. (Org.) Paulo Salles de Oliveira. São Paulo: Hucitec/UNESP, 1998.

² Ibidem, p.19.

³ Ibidem, p.19.

É nesse ponto que a atitude do pesquisador necessariamente difere das demais: para resolver as questões que o afligem, busca instrumentalizar-se reflexiva e teoricamente visando à racionalidade desejada.

Pode aqui servir de exemplo a diferença atual entre o meu olhar e o daquelas pessoas, velhas conhecidas a que me referi anteriormente, em relação ao fenômeno basquetebol.

Esta atitude só é possível na medida em que, por exemplo, conheço e levo em consideração um dos pontos teóricos presentes no pensamento de Elias⁴. Refiro-me a dupla relação de compromisso e distância na esfera das emoções por ele desenvolvida teoricamente. O referido autor parte da premissa que todo pensamento social se move entre posições sociais marcadas pelo envolvimento emocional ou então pelo distanciamento com relação às emoções.

O relato no qual figuro como personagem central foi estrategicamente utilizado para demonstrar de forma análoga que

atualmente, falar sobre as manifestações do esporte e do lazer pressupõe, invariavelmente, falar de práticas e consumos, ofertas e demandas, amadores, torcedores, espectadores, espetáculos e profissionais, falar em apropriações e representações sociais, falar em emoções e mimetismo social, falar em bens culturais e poder simbólico, falar, em primeira instância, do conjunto de leis que regem uma determinada configuração ou campo nos quais se estabelecem interdependências e inter-relações na disputa de um maior capital econômico, social ou cultural, de uma posição de distinção, ou ainda, de um maior potencial de poder.⁵

Assim é que iniciamos nosso estudo, partindo da busca de referenciais teóricos de análise, o que nos possibilitou discutir de forma mais consistente e menos superficial as relações que envolvem esporte, lazer e sociedade.

⁴ ELIAS, N. **Compromiso y distanciamiento**. Barcelona: Ediciones Península, 1993.

⁵ MARCHI JR., W. A Educação Física e o Campo Científico: repensando as possibilidades de pesquisa sobre o esporte e o lazer. In: **Esporte e Lazer: subsídios para o desenvolvimento e a gestão de políticas públicas**/ Org. Fernando Marinho Mezzadri; Fernando Renato Cavichioli, Doralice Lange de Souza. Jundiaí: Fontoura, 2006, p.40.

INTRODUÇÃO

Devido à importância atribuída ao esporte e ao lazer em nossa sociedade, nas últimas décadas, tais temas têm sido objeto de estudo e de discussões no meio acadêmico-científico. Isso é compreensível uma vez que se constituem em manifestações culturais da humanidade que muito têm se desenvolvido.

No Brasil, do reconhecimento dessa importância, decorrem esforços da mencionada comunidade no sentido de compreender, ampliar e democratizar práticas de lazer que atendam às necessidades sociais – a despeito da existência de todo tipo de interesses envolvidos na questão e das divergências quanto ao posicionamento de estudiosos em relação às diferentes abordagens que deram origem ao debate.

É fato que as questões acerca do esporte e do lazer geralmente chegam aos alunos da graduação por meio de releituras de autores-pesquisadores. Evidentemente, os estudiosos que participam ativamente do debate acadêmico leram e analisaram as fontes originais, o que lhes permite discutir conceitos considerando as condições em que foram preconizados. É normal que se dirijam uns aos outros pressupondo tal conhecimento, utilizando-se de uma linguagem a que estão habituados e de expressões ou termos que reportam ao contexto onde foram originalmente empregados. Não tendo “bebido na mesma fonte”, ficam os aprendizes à margem do referido debate, muitas vezes, passando longe da significação que pretendia tanto o criador dos conceitos como os que discorrem sobre eles.

O que, originalmente, foi dito pelos autores clássicos, cujas obras são repetidamente citadas nas inúmeras leituras apresentadas no curso de graduação sobre esporte e lazer?

Foi buscando essas informações sobre esporte e lazer em fontes originais que nos deparamos com outros temas entrelaçados a esses, como instituições, cultura, consumo, cultura de consumo, sociedade de consumo, consumidores, padrões de consumo, estilos de vida, distinção social, estratificação social, modernidade e pós-modernidade, controle social da violência, autocoação, configuração, dentre outros – alguns contemplados neste estudo.

Se pensarmos numa sociedade de homens e de consumidores, ficaremos propensos a crer que “a ênfase moderna no individualismo e nas emoções, paralelamente à exposição das pessoas a uma vasta gama de produtos e serviços, permite que os indivíduos descubram “quem realmente são” e, assim, enfrentem seus problemas de identidade”⁶. Quem sabe não seja arriscado afirmar que a atividade de consumir práticas de lazer e de bens culturais envolvem questões que vão muito além do gosto e da distinção social.

Mesmo sabendo que se trata de difícil tarefa, procuramos abordar o consumo das práticas do lazer e de bens culturais no contexto da sociedade contemporânea – que mais do que uma sociedade de consumo ou mesmo uma cultura de consumo tornou-se uma civilização do consumo.

Segundo Barbosa e Campbell⁷, é importante considerar a relevância teórica que a categoria consumo passou a ter em algumas disciplinas e a atribuição da classificação consumo a áreas e domínios que antes não eram percebidos como tal e nos quais sua eventual presença era intimamente desqualificada. O mesmo fenômeno ocorre também em relação a processos da vida social. Atualmente, o uso, a fruição, a resignificação de bens e serviços, que sempre corresponderam a experiências culturais percebidas como ontologicamente distintas, foram agrupados sob o rótulo de “consumo” e interpretados por esse ângulo. Assim,

ao “customizarmos” uma roupa, ao adotarmos determinados tipo de dieta alimentar, ao ouvirmos determinado tipo de música, podemos estar tanto “consumindo” no sentido de uma experiência, quanto “construindo”, por meio de produtos, uma determinada identidade, ou ainda nos “autodescobrindo” ou “resistindo” ao avanço do consumismo em nossas vidas, como sugerem os teóricos dos estudos culturais.⁸

Não há como negar que questionamentos acerca das práticas de lazer e do consumo de bens culturais, dos aspectos que os influenciam, das representações que se constroem em torno deles, do sentido que lhes é atribuído, enfim, das relações que se tornam possíveis em seu interior são importantes. É que as respostas para tais questões podem constituir-se – num

⁶ BARBOSA, L. *In: Cultura, Consumo e Identidade*. (Orgs.) Livia Barbosa e Colin Campbell. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p.14.

⁷ Idem.

⁸ Ibidem, p.23.

plano maior – em instrumentos para análise e compreensão do comportamento humano e da sociedade, bem como para a adoção de medidas voltadas ao controle individual e social da violência e, conseqüentemente, para a promoção da saúde. Num plano mais restrito, porém não menos relevante, estudos desta natureza podem servir para a melhoria das relações interpessoais e sociais em outros espaços, que não o do lazer, nos quais as pessoas desempenham as mais variadas atividades comuns à forma de vida das sociedades contemporâneas que exigem, em maior grau, o controle das emoções.

Ao buscar respostas para tais questionamentos, partimos de três pressupostos: 1. que a excitação mimética vivenciada durante as atividades de lazer tem um efeito catártico sobre as pessoas, resultando em agradável sensação de alívio e de bem-estar físico, mental e social – uma espécie de “limpeza do corpo por meio de uma purga”⁹ – e que isso se constitui, na atualidade, numa necessidade humana, cujo atendimento é crucial para a sustentação da vida em sociedade; 2. que a criação/existência/satisfação das necessidades sociais e individuais de lazer envolve “hábitos de consumo”, os quais estão intimamente ligados aos “estilos de vida” – que dizem respeito aos gostos ou disposições individuais norteadores das escolhas desde a alimentação e vestuário até as práticas de lazer, sendo que as práticas individuais e coletivas se estruturam progressivamente e, apesar de denotarem uma maneira de ser individual, também recebem influências do contexto social no qual o indivíduo encontra-se inserido – razão pela qual têm sido estudados em relação a classes sociais; 3. que os hábitos de consumo e os estilos de vida também têm estreita relação com a cultura¹⁰, no sentido de que ela envolve mais do que aquilo que os indivíduos fazem concretamente; ela envolve principalmente as ideias que eles têm em comum sobre o que fazem e sobre os objetos materiais dos quais fazem uso.

⁹ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992, p.122.

¹⁰ Cultura é o conjunto acumulado de símbolos, ideias e produtos materiais associados a um sistema social, seja ele uma sociedade inteira ou uma família. [...] Constitui um dos principais elementos de todos os sistemas sociais e é conceito fundamental na definição da perspectiva sociológica [...]. Cf. JOHNSON, A. G., **Dicionários de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997.

Há estudos sobre lazer, envolvendo segmentos pertencentes às camadas sociais mais pobres, como os catadores de papel¹¹ e os sem-terra¹². Tomamos conhecimento de um estudo sobre práticas e representações acerca do lazer e consumo cultural da elite empresarial da região metropolitana de São Paulo¹³. Conforme o mencionado estudo, para esse segmento social há uma associação entre as características das atividades profissionais e as características das atividades que eles consideram de lazer. O trabalho não é mencionado como algo penoso ou rotineiro, mas como uma atividade prazerosa, estimulante e altamente valorizada. Contrariando o senso comum – apesar da vantagem de poder distribuir seu próprio tempo com maior liberdade entre o exercício da profissão e as demais atividades, bem como de delegar tarefas tidas como enfadonhas no âmbito profissional – o tempo dedicado ao lazer é muito reduzido, tal como o é nas classes menos abastadas.

O que pretendemos aqui é chamar a atenção para o fato de que, independentemente da classe social a que pertencem os indivíduos/grupos ou da atividade profissional que exercem, todos estão sujeitos às mesmas espécies de coibições, quase que na totalidade do seu tempo, tanto no ambiente de trabalho como em outros que não o de lazer. Assim também, sofrimento e prazer podem estar presentes em quaisquer das atividades humanas.

Se temos em mente o lazer como um campo propício à restauração das medidas de tensão, as características presentes nas diferentes atividades de lazer e a busca da excitação por diferentes grupos em diferentes atividades de lazer, não podemos voltar nossa atenção apenas às camadas mais pobres da sociedade, ou para aquelas cuja atividade profissional está associada à produção de bens materiais; é preciso considerar todos os segmentos que a constituem.

Conforme Elias e Dunning¹⁴, o processo civilizador se dá de forma diferenciada nas pessoas/grupos e o processo de internalização das normas é

¹¹ GUTIÉRREZ, R.; **Projeto Marca D'Água**. Relatórios Preliminares: A Bacia do Rio Gravataí, Rio Grande do Sul – Dezembro/2001.

¹² SINGER, Paul. **Globalização e Desemprego**. Diagnóstico e Alternativas. Contexto, São Paulo, 1998.

¹³ FORJAZ, M. C. E. **Lazer e Consumo Cultural das Elites**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 1988.

¹⁴ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

sempre complementar à busca da excitação e da emoção. Dessa forma, a opção por determinadas práticas e o nível de excitação procurado pelas pessoas/grupos também variam.

Com base nesta constatação, nos deparamos com o seguinte problema: quais seriam as práticas de lazer e o consumo de bens culturais por parte de indivíduos/grupos com alto nível de instrução e que atuam profissionalmente em instituições de pesquisa criando/produzindo conhecimento?

Nosso estudo está vinculado à pesquisa intitulada “Diagnóstico das Práticas de Esporte, Lazer e Saúde do Trabalhador”, desenvolvida pelo Serviço Social da Indústria (SESI), em parceria com o Departamento de Educação Física (DEF) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), visando à melhoria da saúde e da qualidade de vida do trabalhador paranaense. Tal investigação contemplou as políticas do esporte, lazer e atividade física implantadas nas empresas do estado do Paraná, bem como as políticas desenvolvidas no interior das associações de funcionários; os hábitos de esporte e lazer dos trabalhadores das empresas paranaenses; o perfil do estilo de vida de tais funcionários relacionado a fatores de saúde, exercícios físicos e qualidade de vida; os espaços destinados ao esporte e lazer das associações de funcionários das empresas. Seus resultados servirão, de um lado, ao SESI – como suporte para a revisão das diretrizes dos programas, projetos e espaços destinados à prática do esporte e lazer existentes nas empresas a ele associadas e, de outro, ao DEF/UFPR como incremento ou complemento a outras pesquisas nas quais está envolvido, a exemplo da Rede CEDES, cuja finalidade no Paraná é a sistematização das políticas públicas para o esporte e o lazer.

Em função da especificidade da atividade desenvolvida pela instituição, optamos por selecionar o grupo a ser investigado junto ao LACTEC – Instituto de Pesquisa e desenvolvimento Tecnológico em Curitiba. Não se trata aqui de uma escolha aleatória. A ideia de investigar esse segmento surgiu a partir da observação feita por Veblen em “A Teoria da Classe Ociosa” sobre uma peculiaridade no padrão de consumo dos cientistas – o que pode ser constatado pelo leitor no nosso segundo capítulo. A observação do autor despertou nosso interesse porque já tínhamos notado uma postura semelhante

à apontada pelo autor em diferentes grupos cuja atividade profissional tem alguma relação com a produção do conhecimento também na atualidade.

O presente estudo (CEP/SD: 744.079.09.06, CAAE: 2171.0.000.091-09, aprovado no dia 05 de agosto de 2009 pelo Comitê de Ética do Setor de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Paraná conforme a resolução CNS 196/96 – que trata das diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas em seres humanos) teve como objetivo identificar o consumo das práticas de lazer e de bens culturais por parte dos pesquisadores que atuam profissionalmente produzindo conhecimento junto ao LACTEC e refletir sobre as possíveis relações desse consumo com seu estilo de vida, sua atividade profissional, seu ambiente de trabalho e seu perfil.

Para tanto, investigamos o perfil da instituição – atividades desenvolvidas, seus objetivos, suas características e organização da estrutura administrativa para a gestão de recursos humanos –, além da rotina e os *habitus* de lazer de seus colaboradores, verificando se há predominância de determinadas práticas de lazer no grupo.

Em termos metodológicos, desenvolvemos um estudo de caso caracterizado como quanti-qualitativo descritivo. Ou seja: por meio de dados numéricos e análises estatísticas descrevemos as características de um determinado grupo e, com base nesses dados, fizemos uma análise sociológica.

Para a realização da pesquisa quantitativa utilizamos como instrumento de avaliação um questionário composto por 57 questões. Os dados coletados foram tabulados e manipulados através do Programa Estatístico *EPI INFO Versão 3.5.1*. A fim de descrever o grupo estudado, optamos por utilizar como procedimento metodológico as tabelas de contingência. Para comparar os pesquisadores em relação aos demais trabalhadores do Instituto utilizamos o *Qui-quadrado*: teste de associação entre variáveis interdependentes. Assim, a função exercida na empresa foi cruzada com dados a respeito da renda familiar, gênero, do grau de escolaridade e das principais práticas de lazer dos colaboradores, considerando significativos valores menores que 5% ($p \leq 0,05$).

Além da aplicação do questionário, utilizamos como instrumento qualitativo um diário de campo feito através do registro de observações

realizadas no período de seis meses enquanto estávamos inseridos no LACTEC.

O texto para a exposição da pesquisa foi assim estruturado: o primeiro capítulo consiste numa revisão bibliográfica que envolve as diferentes visões sobre Consumo, Cultura de Consumo e Sociedade de Consumo. Ao final desse capítulo, salientamos a importância de não descartarmos, de todo, nenhuma das teorias apresentadas, pois percebemos que cada exame empírico pode nos surpreender.

No segundo capítulo apresentamos a leitura e análise que fizemos da obra de Thorstein Bunde Veblen e, em seguida, da obra de Norbert Elias e Eric Dunning. Paralelamente, introduzimos considerações de autores brasileiros das áreas de economia, história e sociologia do esporte, lazer e educação física que fazem referência a elas, a fim de explicitar como os mesmos apreenderam o discurso dos clássicos em questão. O capítulo é uma reflexão teórica sobre o conteúdo e aplicabilidade das ideias desses autores em análises que envolvem práticas de esporte e lazer em nossa sociedade.

Diante da dificuldade de optar por uma teoria em sua totalidade e descartar outras, buscamos, de forma preliminar, selecionar nas diferentes teorias – expostas nos capítulos um e dois – os conceitos que podem nos ser úteis, justificando a pertinência de sua aplicação.

No terceiro capítulo – considerando a importância do conhecimento produzido no interior do LACTEC para a sociedade de consumo e o diferencial de formação intelectual dos profissionais que produzem tal conhecimento – traçamos um panorama geral da Instituição, bem como o perfil dos 266 funcionários que participaram da pesquisa e atuam profissionalmente no referido espaço.

O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa e nos revela o que consomem os pesquisadores do LACTEC; se suas práticas são diferenciadas e se podemos defini-los como um grupo uniforme de consumidores.

Por fim, vamos concluir que, dentre as várias hipóteses levantadas acerca do significado daquilo que consumimos e por que o fazemos, nenhuma pode ser de todo descartada ou avidamente defendida sem suficiente e

relevante respaldo empírico. Há, portanto, um longo caminho a ser trilhado pelos analisadores teóricos e pesquisadores.

A investigação das práticas de lazer e do consumo de bens culturais por diferentes grupos e o tempo despendido nos mesmos – independentemente das classes sociais a que pertençam e de suas ocupações – e a divulgação dos resultados desses estudos podem nos dar “a medida” do desenvolvimento e das manifestações deste fenômeno que tem existência real na vida dos homens do nosso tempo, uma vez que permite o estabelecimento de inúmeras associações.

Nossa proposta é inovadora no sentido do público escolhido para ser o alvo de investigações, constituindo-se num texto de importância potencial para o avanço do conhecimento científico na sociologia do lazer.

CAPÍTULO 1. A “SOCIEDADE DE CONSUMO”: SOBRE CONSUMO E CULTURA DE CONSUMO

“Assim como a sociedade da Idade Média se equilibrava em Deus e no Diabo, assim a nossa se baseia no consumo e na sua denúncia. Em torno do Diabo era ainda possível organizar heresias e seitas de magia negra. A nossa magia, porém, é branca e a heresia é impossível na abundância. É a alvura profiláctica de uma sociedade saturada, de uma sociedade sem vertigem e sem história, sem outro mito além de si mesma.”¹⁵

Segundo Baudrillard¹⁶, a nossa sociedade pensa-se e fala-se como sociedade de consumo. O consumo constitui um mito¹⁷, revelando-se como palavra da sociedade contemporânea sobre si mesma. Não se trata mais da crença na existência do Diabo e da possibilidade de um pacto com Ele. Enxergamos, agora, uma Abundância que, de fato, não existe e na qual somos levados a crer, transformando-a em mito eficaz. “A abundância e o consumo, não dos bens materiais, dos produtos e dos serviços, mas a imagem consumida do consumo é que constitui a nova mitologia tribal – a moral da modernidade”¹⁸.

O consumo, conforme revela Livia Barbosa¹⁹ na apresentação do livro “Cultura, Consumo e Identidade”, até recentemente, permaneceu praticamente ausente no campo das ciências sociais. E não só nesse âmbito, mas também no da própria sociedade contemporânea – que, repetindo as palavras dela, ironicamente, se auto-define como de consumo – o pouco interesse

¹⁵ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 268.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Um mito é uma história sobre experiência humana envolvendo o SAGRADO. [...] É usado também para ilustrar as muitas maneiras como valores e crenças religiosas fundamentais se aplicam às experiências da vida diária. Em suma, o mito serve frequentemente como maneira ritualística de afirmar um senso comum do “de onde viemos e como chegamos aqui”. [...] Dualidades como amor/ódio, homem/mulher, bem/mal, alto/baixo situam-se no núcleo da ordem cultural que usamos para extrair sentido da realidade. O mito aplica-se a essas categorias de maneiras que as reafirmam como forma legítima de pensar sobre o mundo. Cf. JOHNSON, A. G. **Dicionários de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997.

¹⁸ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 264.

¹⁹ BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

demonstrado pelo tema sempre esteve impregnado de preconceitos morais e ideológicos.

Foi somente no final da década de 1970 e início da de 1980, que, na Europa e nos Estados Unidos, estudiosos das ciências sociais e historiadores passaram a voltar o foco de suas atenções para o referido assunto, o qual, até então, só tinha despertado o interesse dos economistas e profissionais de marketing, para aplicações de ordem prática. Tal ocorrência, relata a autora, foi, em parte, o reflexo das novas interpretações e indagações sobre a historiografia da Revolução Industrial, as quais serão retomadas ainda nesse capítulo, quando apresentaremos, com maiores detalhes, a discussão feita por Barbosa²⁰ sobre a sociedade de consumo.

Entretanto, queremos ressaltar, desde já, algumas de suas colocações que julgamos oportunas, na medida em que elas nos podem auxiliar na condução da nossa explanação e contribuir para que o leitor possa também situar-se e nos acompanhar em nossas reflexões.

Primeiro: tanto nos Estados Unidos como nos países europeus, atualmente, os estudos sobre o consumo são considerados de grande importância nas ciências sociais e nos estudos históricos, sendo notório não só o grande número de publicações sobre a sociedade de consumo, a cultura material contemporânea, o comportamento de compra, as formas de comercialização, o que e porque se consome, entre outros temas. Simultaneamente, também aumentou nas livrarias dos países citados a oferta de obras mais populares que falam sobre consumo, consumismo, perfis de consumidores, luxo e temas afins a públicos específicos e diferenciados entre si – antes alheios ao assunto em questão.²¹

Segundo: todo esse interesse pelo consumo e pela sociedade de consumo trouxe consigo a possibilidade de troca entre as diversas disciplinas e a ligação entre pesquisadores dos mais variados assuntos que, muitas vezes, se sentem intelectualmente mais próximos uns dos outros do que dos próprios colegas de disciplina. As atuais relações entre marketing, comunicação e antropologia são apontadas por Barbosa²² como exemplo disso e as trocas

²⁰ Idem.

²¹ Idem.

²² Idem.

entre ambientalistas, cientistas sociais e formuladores de políticas públicas são por ela citadas para ratificar e exemplificar a afirmação de que a mesma dinâmica observada na academia se estendeu para além do mundo acadêmico.

Resultado: a inclusão de novos atores e áreas do conhecimento num quadro bastante modificado e ampliado – que merece atenção e explicação, considerando-se que “consumir é uma das mais básicas atividades do ser humano, já que se pode viver sem produzir, mas não sem consumir”.²³

Baudrillard²⁴ afirma que,

como todo o mito que se respeita, também o mito do “consumo” tem seu discurso e antidiscurso, isto é, o discurso exaltado acerca da abundância reforça-se em tudo com um contradiscurso “crítico”, moroso e moralizante, relativo aos danos da sociedade de consumo e ao resultado trágico que causará a toda a civilização. Este contradiscurso desvenda-se em todo o lado: não apenas no discurso intelectualista, sempre pronto a distanciar-se pelo desdém dos “valores primários” e das “satisfações materiais”, mas igualmente agora na “cultura de massas”; a publicidade parodia-se cada vez mais a si própria, integrando a contrapublicidade na respectiva técnica publicitária. [...] *Só o conjunto das duas vertentes é que constitui o mito.* É preciso, portanto, atribuir ao discurso “crítico” e à contestação moralizante toda a sua verdadeira responsabilidade na elaboração do mito. É ele que nos encerra definitivamente na teologia mítica e profética da “Civilização do Objecto”; é ainda ele que, mais fascinado pelo objecto que o bom senso comum ou o consumidor, o transfigura em crítica anti-objecto mítica e fascinada.²⁵

O contradiscurso crítico a que se refere Baudrillard trata da formação da lógica da sociedade industrial e das suas consequências para a humanidade. Inclui as teorizações acerca do consumo feitas por Marx e alguns autores da escola de Frankfurt.

Acreditamos que a compreensão das teorias que surgiram depois dessas – e de todas as discussões atuais sobre o consumo e sociedade – passa pelo conhecimento da “teoria crítica sobre o consumo” e que, apesar de não se dar, atualmente, a mesma importância de outrora aos temas associados a ela é preciso reconhecer a sua importância como instrumento de análise.

²³ Ibidem, p.7.

²⁴ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008.

²⁵ Ibidem, p. 267.

Encontramos em Mancebo²⁶ uma exposição sobre a referida teoria e sobre seus proponentes. As informações que seguem – uma breve introdução desse nosso primeiro capítulo – constam do artigo “Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas”.

Segundo a autora, da teoria de Marx sobre consumo decorrem os conceitos de alienação e de opressão. Os referidos conceitos são desenvolvidos na sua teoria sobre o fetichismo da mercadoria, segundo a qual a mercadoria é uma ilusão sobre o produto forjada pelo capitalismo. Nesse caso, o consumidor não percebe a relação entre os indivíduos e seus trabalhos, não se dá conta da relação material e social entre produtor e produto. O produto do trabalho é transformado em mercadoria (objeto de troca) e os homens passam a produzir com esta finalidade. O valor dos bens está no seu valor de troca. O embaçamento da realidade social do produto está a serviço da exploração das forças de trabalho que o produziram. A opressão das massas consumidoras e dos trabalhadores decorre desse processo.

Mancebo resume:

Para Marx, o que determina, na prática, o valor da mercadoria é a proporção de mercadorias que se pode conseguir com uma outra mercadoria. [...] A alienação dos consumidores em relação à verdadeira natureza do objeto que consomem abre as portas para uma alienação mais profunda, a da naturalização das relações sociais de produção e de trabalho.²⁷

A escola de Frankfurt tem como base esse pensamento marxista. Seus primeiros representantes puderam sentir os primeiros efeitos do fordismo – que se apresentava como uma política de controle e gerência do trabalho. “Tomava corpo uma nova estética e uma nova psicologia para a sociedade: a ideia de que a produção de massa deveria significar consumo de massa”²⁸.

Abraçando as ideias de Marx, os frankfurtianos abordam diversas temáticas que se referem à discussão do consumo. A esse respeito, Mancebo expõe:

Adorno e Horkheimer ampliaram os estudos marxistas, especialmente para o âmbito da cultura, incorporando inclusive novos conceitos à discussão, tal como a já consagrada expressão “Indústria Cultural”. No texto clássico “A

²⁶ MANCEBO, D. *et al.* **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas.** In Estudos de Psicologia, 2002.

²⁷ Ibidem, p. 326.

²⁸ Ibidem, p. 326.

indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa” expõem o caráter opressor da arte quando esta é envolvida com a lógica industrial. Para estes autores, inicialmente, tinha-se um desenvolvimento que primava pela ânsia da pureza da arte burguesa – a arte “séria” – e, como corolário, a segregação das classes inferiores. À classe pobre, presa ao ritmo da sociedade industrial, foi delegada uma arte “leve”, cuja função era a de lhe garantir alguma diversão durante as poucas horas de folga do dia. No entanto, para Adorno e Horkheimer, essa divisão entre a arte “séria” e a arte “leve” se dilui no capitalismo tardio. [...] Essa diluição dá origem à cultura de massa – que guarda da arte leve a característica do divertimento e que nasce da massificação da arte erudita – destinada a um público anônimo, formado tanto pelo proletariado quanto pela burguesia. Enquanto no passado, a arte estava intimamente ligada aos grupos sociais da qual se originava – a arte erudita das cortes aristocratas e a arte popular da plebe – no capitalismo tardio, a arte líquida se torna uma força mistificadora da liberdade humana, pois promete liquidificar as classes sociais através do igualitarismo supostamente possibilitado pelo consumo. Mas não liquida as diferenças sociais. A arte líquida, portanto, tem sua gênese no capitalismo tardio, que possui uma imensa capacidade de absorver novos elementos, mas não de mudar suas próprias contradições.²⁹

Adorno e Horkheimer³⁰, relata Mancebo³¹, afirmam que o método de produção da indústria cultural consiste na repetição, simplificação e empobrecimento: toda a forma de arte é reduzida a esquemas. Como nova força civilizadora do homem, a indústria cultural é capaz de controlar a vida das pessoas, induzindo-as, por meio da propaganda a acreditarem na sua pseudo-liberdade de escolha e a consumirem, além de mercadorias, estilos de vida. O homem-consumidor é iludido pelas falsas promessas de dessublimação contidas nos estilos de vida propagados pela publicidade.

A autora³² inclui Marcuse como um dos autores Frankfurtianos, cuja participação na discussão sobre o consumo e a alienação do homem na sociedade industrial deve ser mencionada. Suas principais contribuições emergem no contexto do pós segunda guerra, quando o consumo de massa se fazia notório. A visível elevação do padrão de vida coincidia com padrões de consumo mais acelerados. Ele formulou o conceito de “homem unidimensional”, segundo o qual esse tipo de homem é fruto do desenvolvimento de “falsas necessidades” que entraram na vida das pessoas junto com a tecnologia. Esse conceito possibilita a reflexão acerca dos efeitos

²⁹ Ibidem, p. 326.

³⁰ ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

³¹ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas**. In Estudos de Psicologia, 2002.

³² Idem.

do comportamento consumista sobre os homens. É preciso adequar o homem à lógica industrial, o que se dá pela manipulação das necessidades humanas: as necessidades sociais são transformadas em falsas necessidades individuais. De acordo com Marcuse, explica Mancebo³³, ao homem unidimensional – consumidor por excelência, com suas necessidades pré-determinadas – depois da inicial e passageira euforia criada pela grande necessidade de consumo, resta-lhe a infelicidade “gerada” dentro dele pela própria lógica industrial. Na tentativa de resolver o conflito, o homem passa a consumir mais, entrando num ciclo vicioso. As crises existenciais do homem moderno seriam consequências de tudo isso. A falsa ideia de igualitarismo internalizada pelas pessoas – no papel de consumidores – reduziria sua capacidade crítica e as impediria de pensar e agir no sentido de promover mudanças no mundo.

Essas são, resumidamente, as principais proposições da teoria crítica.

Reconhecemos a contribuição desse tipo de análise para a compreensão dos modos de consumo atuais. Entretanto, não podemos deixar de apontar nessa perspectiva teórica e interpretativa algumas limitações. Nela, o consumo é concebido sempre e apenas como um “produto” direto da produção; é a produção que determina o consumo; os consumidores são sujeitos passivos do sistema capitalista com seu marketing e sua propaganda.

Estamos pensando que, no mundo contemporâneo, o fenômeno do consumo é muito mais complexo. Uma compreensão menos “passional” dos atos de consumo, de seus sujeitos e contextos está pedindo inovação não só quanto aos temas e perspectivas (teóricas e interpretativas) relacionados a tal fenômeno, mas também quanto aos grupos estudados pelos pesquisadores da academia brasileira, das áreas das ciências sociais. Pesquisas de campo sobre práticas e padrões de consumo de diferentes grupos sociais, considerando-se idade, gênero, trajetória, atuação profissional, dentre outras variações podem vir a revelar que a participação dos sujeitos nos processos de consumo não é, necessariamente, isenta de reflexão.

O fato de que vivemos numa sociedade diferente daquela de onde emergiu o pensamento de Marx e seus seguidores deve ficar claro,

³³ Idem.

principalmente, porque o capitalismo, tal como o conhecemos, está se tornando obsoleto, ainda que o mercado continue a ser o integrador efetivo da atividade econômica e que sobrevivam as suas instituições. É que não pensamos mais apenas em termos de máquinas e capital. Terra, capital e mão-de-obra não desapareceram como recursos, porém já não estão “no topo” quanto à sua importância, uma vez que podem ser obtidos se houver conhecimento – pois que esse passou a ser o recurso central, e não apenas um dos recursos. Isso muda a estrutura da sociedade, criando novas dinâmicas sociais, econômicas e também políticas.

Neste capítulo iniciamos nosso percurso teórico sobre o consumo, enveredando-nos, inicialmente, pelo mundo dos signos. O que nos espera? Sabemos ainda muito pouco sobre o consumo, sobre o ato de consumir, sobre os bens que consumimos e sobre nós mesmos, consumidores. Consumidores de tudo o que “queremos/podemos/estamos obrigados” a “partilhar/extrair” da “Natureza/Cultura” desde que nascemos. Quem vai nos contar? Somente poderá fazê-lo alguém que, tal como nós, tenha sido “agraciado” com a capacidade de operar com símbolos e desenvolver a linguagem; que seja capaz de se utilizar, para tanto, de um código que possamos decifrar. Para que haja comunicação, portanto, teremos de falar a mesma linguagem. Graças ao nosso estatuto de seres humanos, podemos aprender/produzir/ensinar qualquer linguagem. Mas a linguagem – instrumento de comunicação/integração/interação/distinção/poder – é uma via de mão dupla. Será preciso oportunidade de aprendizagem e algum esforço para que aprendamos a dominar cada linguagem a que estamos expostos, se não quisermos ser dominados por meio dela. Isso, como todo o resto, passa pelo conhecimento, adquirido pela aprendizagem – processo que envolve, além do aprendiz, aquele(s) com quem ele aprende – que se dá por meio da linguagem, constituída de signos...

Baudrillard³⁴ analisa as sociedades ocidentais contemporâneas, enfocando o fenômeno do consumo dos objetos. Considera que os problemas de motivação e promoção do consumo devem ser tomados em primeiro plano – em lugar da produção – como princípio organizador da sociedade. Explica que

³⁴ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008.

vivemos o tempo dos objetos, vendo-os nascer, reproduzir-se e morrer – efemeridade que contrasta com a perenidade dos objetos e instrumentos que sobreviviam às gerações humanas nas civilizações anteriores. Observa que nossa existência é ditada em conformidade com o ritmo dos objetos e sua sucessão permanente. Os objetos estão sempre ali e ao alcance de todos, prontos para nós, porque são exatamente aquilo que desejamos e de que precisamos... Estão ali como que por milagre, correspondendo às “nossas necessidades”, aos “nossos desejos”, os quais podem ser tão “projetados”/ “fabricados”/ “consumidos” quanto o “mundo da abundância” e o “homem da opulência”. É assim que cada nova geração chega ao mundo, acreditando-se “herdeira” de todos os bens e do “natural” direito à abundância.

Nas palavras de Baudrillard,

à nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objectos, dos serviços, dos bens materiais, originando como que uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana. Para falar com propriedade, os homens da opulência não se encontram rodeados, como sempre acontecera, por outros homens, mas mais por *objectos*. O conjunto de suas relações sociais já não é tanto o laço com os seus semelhantes quanto, no plano estatístico segundo uma curva ascendente, a recepção e a manipulação de bens e de mensagens, desde a organização doméstica muito complexa e com suas dezenas de escravos técnicos até ao “mobiliário urbano” e toda a maquinaria material das comunicações e das atividades profissionais, até ao espetáculo permanente da celebração do objeto na publicidade e as centenas de mensagens diárias emitidas pelos *mass media*; desde o formigueiro mais reduzido de quinquilharias vagamente obsessivas até aos psicodramas simbólicos alimentados pelos objectos nocturnos, que vêm invadir-nos nos próprios sonhos. Os conceitos de “ambiente” e “ambiência”³⁵ só se divulgaram a partir do momento em que, no fundo, começamos a viver menos na proximidade dos outros homens, na sua presença e no seu discurso; e mais sob o olhar mudo de objectos obedientes e alucinantes que nos repetem sempre o mesmo discurso – isto é, a do nosso poder medusado, da nossa abundância virtual, da ausência mútua de uns aos outros.³⁶

³⁵ A ambiência constitui o somatório difuso de relações, produzidas e consumidas pelo grupo reunido – presença do grupo a si mesmo. Se não existir, é possível programá-la e produzi-la industrialmente. É o caso mais geral. O conceito de ambiência é característica da sociedade de consumo, podendo definir-se do seguinte modo: 1) Os valores de “objectivo” e de transcendência (valores finais e ideológicos) cedem lugar aos valores de ambiência (relacionais, imanentes, sem objectivo) que se esgotam no momento da relação (“consumidos”); 2) A sociedade de consumo surge ao mesmo tempo como sociedade de produção de bens e de produção acelerada de relação. O último aspecto é que a caracteriza. A produção de relações, ainda artesanal ao nível intersubjectivo ou dos grupos primários, tende, no entanto a alinhar progressivamente pelo modo de produção dos bens materiais, quer dizer, pelo modo industrial generalizado. Ibidem, p. 231.

³⁶ Ibidem, 13.

Considerado pós-marxista, este autor “abre cortinas”, pondo à mostra a sociedade de consumo, tal como a vê. Segundo ele, o consumo não é de objetos, e sim de signos que obedecem a uma lógica própria: os objetos se desvinculam totalmente de qualquer função ou necessidade definida.³⁷

Para definir a práxis³⁸ de consumo, Baudrillard³⁹ afirma que a relação do consumidor ao mundo real, à política, à história, à cultura é a da curiosidade e que a dimensão do consumo é a do desconhecimento. O comportamento característico da nossa “sociedade de consumo” é o da recusa do real, baseada na apreensão ávida e multiplicada dos seus signos. E o lugar do consumo é a vida cotidiana, sendo esta um sistema de interpretação. Ele explica que

é o seguinte o princípio da análise: nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso) – os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior.⁴⁰

Ignorando esses processos, o consumidor vive suas condutas distintivas como liberdade e como aspiração, como escolha; não percebe que “se trata de condicionamento de diferenciação e de obediência a um código”⁴¹.

O indivíduo reorganiza o trabalho, o lazer, a família, as relações, de modo involutivo, aquém do mundo e da história, num sistema coerente fundado no segredo do privado, na liberdade formal do indivíduo, na apropriação protectora do ambiente e no desconhecimento.⁴²

Assentado na semiologia, afirma que a lógica social do consumo é estruturada como uma linguagem: trata-se da lógica da produção e da manipulação dos significantes sociais. Não mais a lógica de produção desigual – lógica da apropriação individual do valor de uso dos bens e dos serviços –, nem a lógica da satisfação. A base do sistema de consumo não é nem a

³⁷ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas**. In Estudos de Psicologia, 2002.

³⁸ No sentido mais simples, práxis é ação, em contraste direto com a teoria. É mais sobre o que fazemos do que sobre o que pensamos. Cf. JOHNSON, A. G., **Dicionários de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997.

³⁹ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008.

⁴⁰ Ibidem, p. 66.

⁴¹ Ibidem, p. 67.

⁴² Ibidem, p. 27.

necessidade e nem o prazer. Esse sistema se baseia num código de signos e de diferenciações.

Como podemos constatar, esse autor considera ultrapassada a “Teoria Crítica” sobre o consumo. Afastando-se das análises de Marx e dos estudos dos frankfurtianos acerca do consumo e de temas que o circundam, propõe o fim da produção de mercadorias como princípio organizador da sociedade.

Segundo Slater⁴³, a cultura de consumo é sempre redescoberta depois de algumas décadas; ou, mais especificamente é redesenhada, reembalada e relançada como produto acadêmico ou como produto político novo a cada geração desde o século XVI. Para ele, a cultura de consumo envolve uma miscelânea de disciplinas, metodologias e políticas inter-relacionadas e a questão permanente subjacente a todas elas é a natureza do “social”.

Slater⁴⁴ afirma que devemos partir do pressuposto de que o estudo da cultura de consumo não é apenas o estudo de textos e textualidades, de opção e consciência individual, de necessidades e desejos, e sim o estudo desses elementos no contexto das relações, estruturas, instituições e sistemas sociais. É no estudo das condições sociais, esclarece ele, que as necessidades pessoais e sociais, bem como a organização dos recursos sociais se definem mutuamente.

A sociedade e a cultura do consumidor aparecem em suas análises associadas à modernidade. Slater pensa que a cultura do consumidor é uma cultura de consumo. Ele afirma que a cultura do consumidor não é o único modo de reprodução social desenvolvido no ocidente durante a modernidade, mas é o dominante e está vinculado a termos como escolha, individualismo e relações de mercado. Julga impossível uma única definição para cultura do consumo, uma vez que ela está associada à modernidade em sua totalidade. Em seu livro “Cultura de Consumo e Modernidade”, concentra-se em definir a cultura do consumidor descrevendo suas características que ele designa como indicadores sociológicos.

De acordo com Slater⁴⁵, o tema mais importante ao se estudar a cultura de consumo é o conceito das necessidades. Ele entende que as necessidades

⁴³ SLATER, D. **Cultura de Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2001.

⁴⁴ Idem.

⁴⁵ Idem.

podem ser consideradas naturais e evidentes por si mesmas – como as “necessidades básicas” de comida, roupa e teto; por outro lado, são vistas muitas vezes como arbitrárias e subjetivas – como “carências”, “caprichos”, “preferências” ou “desejos” que dependem inteiramente das peculiaridades dos indivíduos. Conforme sua visão, essas abordagens obscurecem fundamentalmente a natureza social das necessidades.

O autor esclarece:

as necessidades não são sociais no sentido simples de serem “influências sociais”, “pressões sociais” ou processos de “socialização” por meio dos quais a “sociedade” molda o indivíduo. A questão básica é diferente. Quando digo que “preciso de alguma coisa”, estou fazendo no mínimo duas declarações profundamente sociais: em primeiro lugar, estou dizendo que “preciso” disso para ter um certo tipo de vida, certos tipos de relações com os outros (ter esse tipo de família, por exemplo), ser um certo tipo de pessoa, realizar certas ações ou atingir certos objetivos. As declarações de necessidade são, por sua própria natureza, ligadas a pressupostos de como as pessoas podem, devem ou vão viver em sociedade. [...] Em segundo lugar, dizer que “Eu (ou nós – meu grupo social, minha comunidade, minha classe) preciso de uma certa coisa” é fazer uma declaração sobre os recursos sociais, reivindicar um direito.⁴⁶

Nesse sentido, Slater⁴⁷ afirma que as necessidades são tanto sociais quanto políticas.

Já para Baudrillard⁴⁸, todo o discurso sobre as necessidades tem por base a propensão natural para a felicidade, a qual constitui a referência absoluta da sociedade de consumo. A esse respeito, o autor esclarece que

a força ideológica da noção de felicidade não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para a realizar por si mesmo. Advém-lhe, sócio-historicamente, facto de que o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna, nas sociedades modernas, o mito da igualdade. [...] para ser o veículo do mito igualitário, é preciso que a felicidade seja *mensurável*.⁴⁹

A mercadoria apresenta-se envolta por características de conforto e bem-estar e, dominando o homem, retira-lhe as questões existenciais, para transformá-las em relações associativas e opressivas de signos-objetos.

Esse *bem-estar*, segundo ele, torna-se mensurável pela ostentação de objetos e signos de distinção e surge, antes, como requisito de igualdade,

⁴⁶ Ibidem, p. 12.

⁴⁷ Idem.

⁴⁸ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008.

⁴⁹ Ibidem, p. 49.

“fazendo com que o Ter seja mais importante que o Ser”⁵⁰. Funda-se nos princípios individualistas e aparece formalmente “garantida” na Declaração dos Direitos Humanos. É diferente, portanto, da felicidade como fruição total e interior, a qual independe de signos capazes de colocá-la à vista dos próprios olhos e também dos alheios. Dessa forma, o princípio democrático é desviado de uma igualdade real, sinônimo da “felicidade excluída” para a “igualdade” diante do objeto e outros signos evidentes do êxito social e da felicidade. Trata-se de

uma democracia aparentemente concreta, mas também inteiramente formal, correspondendo pra lá das contradições e desigualdades sociais à democracia formal inscrita na constituição. Servindo uma a outra de mútuo álibi, ambas se conjugam numa ideologia democrática global, que mascara a democracia ausente e a igualdade impossível de achar.⁵¹

A noção de “necessidade” segue, para ele, a mesma lógica, prometendo igualdade universal. E adverte: todos podem ser iguais diante do valor de uso dos objetos e dos bens (perante sua utilidade objetiva ou sua finalidade natural), mas é bom lembrar que isso não ocorre em relação ao seu valor de troca.

Todo jogo político do *Welfare State*⁵² e da sociedade de consumo consiste em ultrapassar as próprias contradições, intensificando o volume dos bens, na perspectiva de uma igualização automática através da quantidade e de um nível de equilíbrio final que seria o bem-estar para todos.⁵³

Baudrillard acredita que o crescimento, pela produção da “abundância”, não resulta em igualdade nem é a causa da desigualdade. Segundo ele, “o crescimento em si é função da desigualdade. A necessidade que a ordem social “desigualitária” e a estrutura social de privilégio têm de se manter é que produz e reproduz o crescimento como seu elemento estratégico”⁵⁴. Ele entende que há certo tipo de relações sociais e de contradições sociais, determinado tipo de desigualdade que outrora se perpetuava no imobilismo e que, agora, se reproduzem em e por meio do crescimento.

⁵⁰ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas**. In Estudos de Psicologia, 2002.

⁵¹ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 50.

⁵² Estado cujo governo proporciona o bem-estar de seus cidadãos por meio de leis sociais.

⁵³ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 51.

⁵⁴ Ibidem, p. 56.

Para o autor, a sociedade de consumo é resultado do compromisso entre princípios democráticos igualitários e o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégio e de domínio. Os mencionados princípios são mantidos pelo mito da abundância e do bem-estar.

De acordo com sua análise, percebe-se nas sociedades contemporâneas processos igualitários, democráticos e progressistas; porém, eles emergem só na medida necessária para a sobrevivência do sistema. Sendo assim, a discriminação social, o poder, podem deslocar-se para outras esferas que não a do rendimento ou da riqueza pura e simples, pouco importando que haja uma democratização quanto à possibilidade de consumo. É que não se encontra mais aí a determinação fundamental da desigualdade.

Critérios como o saber, a cultura, as estruturas de responsabilidade e de decisão, o poder, embora largamente cúmplices da riqueza e do nível de rendimento, relegaram os últimos, bem como os signos exteriores do estatuto, para a ordem dos determinados sociais do valor, para a hierarquia dos critérios de poder. [...] Não há dúvida, o homem rico que conduz o 2CV não ofusca, mas é mais subtil: superdiferencia-se, intensifica a distinção pela *maneira* de consumir, pelo estilo. Conserva absolutamente o seu privilégio ao passar da ostentação para a discrição (mais que aparatosa), ao transitar da ostentação quantitativa para a distinção, do dinheiro para a cultura.⁵⁵

É possível admitir que o dinheiro tenha deixado de ser decisivo, reflete, mas sem esquecer que o mesmo se transmuta sempre em privilégio hierárquico, em privilégio de poder e de cultura. Os elementos diferenciadores podem se deslocar do campo dos rendimentos e do consumo (entendido, aqui, como despesa, compra e posse de objetos visíveis) para um campo social muito mais geral, tornando a ordem social ainda mais irreversível. Na medida em que os bens manufaturados ou os serviços são oferecidos em massa, tornam-se mais raros os bens de que todos podiam usufruir gratuitamente em outros tempos (o espaço, o tempo, a verdade, a água, o silêncio, o verde, etc.). Critérios abstratos como o saber e o poder, já são raros e, em consequência, valorizados nas sociedades da abundância.

O autor reflete sobre o fato de que quando se começa a falar sobre o direito a um bem é porque já não há tal bem para todos, porque já deixou de pertencer pessoalmente aos indivíduos, constituindo-se em privilégio de

⁵⁵ Ibidem, p. 57.

alguns, à custa dos outros. Assim, passou-se a reivindicar o direito à propriedade, ao trabalho, à educação, à saúde, ao lazer, etc. e foram criados uma série de Ministérios para “garantir” tais direitos a todos, justamente porque isso já não é possível. Oferece-se então, “para todos”, um fantasma de tal bem, um “genérico”. É nesse sentido que o acesso a tais bens em seu estado “original” ou a sua posse, torna-se sinal de distinção social. Quando se fala em direito a alguma coisa, então, significa que tal coisa passou ao estatuto de mercadoria e foi redistribuída socialmente de forma desigual.

Há que se destacar a observação feita pelo autor a respeito do “destino” dos lazes em nossa sociedade, já que o nosso estudo inclui tal tema diretamente. Baudrillard levanta a seguinte questão: uma vez que só passou a existir o “direito à propriedade” quando já não havia terra para toda a gente, que também não havia o “direito ao trabalho”, até o momento em que este se tornou, no quadro da divisão do trabalho, uma mercadoria permutável, “pode-se lançar a pergunta de se o “direito aos lazes” não assinalará igualmente a passagem do ócio, como antes acontecera com o trabalho, ao estágio de divisão técnica e social e, por consequência, ao fim dos lazes”⁵⁶. Ele entende que os direitos sociais novos surgem como propaganda na “democrática sociedade da abundância” e como um sintoma de que realmente tais elementos passam à categoria de sinais distintivos e de privilégios de classe.

O fato de um reivindicado direito tornar-se lei não seria um progresso social objetivo; não passaria de “transformação progressiva de todos os valores concretos e naturais em formas produtivas, ou seja, em fontes: 1) de lucro econômico; 2) de privilégio social”⁵⁷.

“O consumo, a informação, a comunicação, a cultura e a abundância são instituídos, descobertos e organizados pelo próprio sistema, como *novas forças produtivas*, para sua maior glória.”⁵⁸

Seguindo o raciocínio do autor, em sociedades civilizadas e industriais como a nossa, a abundância se perdeu e isso é irreversível. Estamos condenados ao que temos – o consumo – a menos que aconteça uma grande mudança na organização social e nas relações sociais, com a superação da

⁵⁶ Ibidem, p. 62.

⁵⁷ Ibidem, p. 63.

⁵⁸ Ibidem, p. 60.

economia de mercado, do processo de concorrência e de diferenciação característicos desse sistema.

Baudrillard⁵⁹ pontua que a lógica fetichista constitui a ideologia do consumo que, tal como a escola, é instituição de classe. Da mesma forma que nem todos possuem os mesmos objetos, as possibilidades escolares também não são idênticas. A maior discriminação se dá porque apenas “alguns ascendem à lógica autônoma e racional dos elementos do ambiente (uso funcional, organização estética e realização cultural). Os demais valorizam os objetos como tais. Tudo (lazer, ideias, saber, cultura) é “coisificado” e, enquanto objetos disponíveis em abundância, adquirem o “poder mágico” de “igualar” a todos. O acesso ao saber e à cultura, por exemplo, se revelam na aprendizagem e na formação reais objetivas. Isso denota que a pessoa realmente se apropriou do código que lhe permite o uso legítimo, racional e eficaz dos mesmos. Assim, não basta, por exemplo, haver escola para todos se elas não cumprem a sua real função na vida das pessoas.

Para esclarecer, o autor faz uma analogia entre a ideologia do consumo e a da escola. Ambas desempenham o mesmo papel: a representação que se tem da igualdade total perante os objetos (seja uma máquina de barbear ou a leitura e a escrita), no sentido que toda a gente pode vir a ter uma máquina de barbear ou pode saber (virtualmente) ler e escrever. Apesar de se referir ao mais concreto, não passa de abstração, de forma que a “igualdade” é puramente formal. É assim que atua o verdadeiro sistema de discriminação. Ou seja, os objetos em si e tomados individualmente nada significam;

Só a sua constelação e configuração, a relação a tais objetos e à sua perspectiva social de conjunto é que têm sentido. E trata-se sempre, então, de sentido instintivo. Na sua materialidade de signos (e respectivas diferenças subtis) repercutem por si mesmos a determinação cultural – *aliás, não se adivinha por que milagre delas ficariam isentos*. Tal como sucede com a escola, obedecem à mesma lógica social que as outras instituições, inclusive na imagem inversa que dela fornecem.⁶⁰

De acordo com Baudrillard⁶¹, os objetos conseguem apenas simular o estatuto – cujo conceito orienta toda a dinâmica da mobilidade social. A

⁵⁹ Idem.

⁶⁰ Ibidem, p. 64.

⁶¹ Idem.

legitimidade hereditária (seja de sangue ou de cultura) é algo inerente a tal conceito. Em todas as aspirações, escondido estaria o objeto realmente desejado: a elevada posição social com suas decorrências, com que só alguns poucos “bem-nascidos” são agraciados. Àqueles que não forem salvos por tal graça, resta a salvação por meio dos objetos. Nas classes inferiores e médias a salvação pelo consumo, a prova pelo objeto se cansa de tentar, sem conseguir, atingir o mesmo estatuto, pois, no consenso universal, a graça conferida só a alguns, por nascimento, por predestinação, é mais valorizada. Este estatuto continuará sendo, pois, sempre um privilégio das classes superiores, cuja excelência é comprovada pelo exercício da cultura e do poder.

Para o autor, é preciso ir além dessa metafísica das Necessidades e da Abundância, o que seria a verdadeira análise da lógica social do consumo: a lógica da produção e da manipulação dos significantes sociais.

O processo de consumo pode ser analisado nesta perspectiva sob dois aspectos fundamentais: 1. Como processo de significação e de comunicação, baseada num código em que as práticas de consumo vêm inserir-se e assumir o respectivo sentido. O consumo revela-se aqui como sistema de permuta e equivalente a uma linguagem, sendo abordado nesse nível pela análise estrutural. 2. Como processo de classificação e de diferenciação social, em que os objetos/signos se ordenam, não só como diferenças significativas no interior de um código, mas como valores estatutários no seio de uma hierarquia. Nesta acepção, o consumo pode ser objeto de análise estratégica que determina o seu peso específico na distribuição dos valores estatutários (com a implicação de outros significantes sociais: saber, poder, cultura, etc.).⁶²

Segundo ele, não são as necessidades o fruto da produção, mas o sistema das necessidades⁶³ é que constitui o produto do sistema de produção. As necessidades enquanto sistema diferem radicalmente da fruição e da satisfação. São produzidas como elementos de sistema e não como relação de um indivíduo ao objeto. Tomadas isoladamente, as necessidades nada são; existe apenas um sistema de necessidades: elas não passam da forma mais avançada da sistematização racional das forças produtivas ao nível individual, em que o consumo constitui a sequência lógica e necessária da produção.

⁶² Ibidem, p. 66.

⁶³ Por sistema de necessidades o autor quer dizer que as necessidades não se produzem uma a uma em relação aos respectivos objetos, mas se suscitam como *força consumptiva* e como disponibilidade global, no quadro mais geral das forças produtivas. Idem, p. 88.

Para Baudrillard⁶⁴, é possível afirmar que a ética puritana (com tudo que implica de moral) assedia o consumo e as necessidades, conferindo-lhes caráter compulsivo e ilimitado; transforma o consumo no poderoso fator de integração e de dominação social que é. Tanto na lógica dos signos como na dos símbolos, os objetos deixam de estar ligados a uma função ou necessidade definida, precisamente porque correspondem a outra coisa, quer ela seja a lógica social quer a lógica do desejo, às quais servem de campo móvel e inconsciente de significação. Daí a impossibilidade de se definir uma especificidade objetiva da necessidade.

No plano sociológico, afirma, pode-se pensar na hipótese de que, se for admitido antes que a necessidade nunca é tanto a necessidade de tal objeto, quanto a necessidade de diferença, será possível compreender porque não existe satisfação completa, nem definição de necessidade.

À movência do desejo junta-se a mobilidade das significações diferenciais. [...] Entre as duas, as necessidades pontuais e finitas só tomam sentido enquanto focos de convenção sucessivos – é na própria substituição que significam, velando porém, ao mesmo tempo, as verdadeiras esferas da significação (a carência e a diferença) – que os ultrapassam de todos os lados.⁶⁵

Analisa o autor que, quando se consome, nunca o fazemos sozinhos: entra-se num sistema generalizado de troca e de produção de valores codificados em que todos os consumidores se encontram reciprocamente implicados. O sistema de consumo, explica, se baseia num código de signos (objetos/signos) e de diferenças, antes de se fundarem na necessidade e no prazer. Isso não quer dizer que não existem necessidades e utilidade natural, mas que o conceito de consumo específico da sociedade contemporânea não tem a ver com elas. O que caracteriza a nossa época sob o signo do consumo “é precisamente a reorganização generalizada deste nível primário em sistema de signos que se revela como um dos modos específicos, talvez como o modo específico de passagem da natureza à cultura da nossa época”⁶⁶.

É esse o sentido de sua afirmação: “nossa sociedade se fala como sociedade de consumo”. Toda a sociedade se comunica por intermédio de um

⁶⁴ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA, 2008.

⁶⁵ Ibidem, p. 91.

⁶⁶ Ibidem, p. 93.

código, de uma linguagem constituída pela circulação, compra, venda, apropriação de bens e de objetos/signos diferenciados. Esta seria a estrutura do consumo; e as necessidades e os prazeres “naturais” de cada indivíduo não se encaixam nela. O consumo surge como conduta ativa e coletiva, como coação e moral, como instituição. Na moderna ordem sócioeconômica somos levados a crer na liberdade, autonomia, soberania individuais; na chegada de um novo tempo em que todos podem e devem ser felizes. Desde o nascimento, somos iniciados no sistema de diferenças e no código de signos para aprendermos a “arte” de ser consumidores. O papel ideológico do consumo consiste em educar as pessoas na disciplina inconsciente de um código e de uma cooperação competitiva no plano de tal código. E as necessidades e as satisfações dos consumidores são forças produtivas, atualmente forçadas e racionalizadas como outras, como forças de trabalho.

Quando se fala de Produção e Consumo, esclarece o autor, trata-se de um só e idêntico processo lógico de reprodução amplificada das forças produtivas e do respectivo controlo. O indivíduo, enquanto desempenha o papel de consumidor, serve o sistema industrial que, depois de socializar as massas como força de trabalho, teve sua continuidade, socializando-as como força de consumo, mantendo-as, desse modo, sob controle, o que garante sua manutenção e reprodução. Para esse autor, portanto, na moderna ordem sócioeconômica, o consumo regulado, forçado, instruído e estimulado tem valor tático. Para sua sobrevivência, o sistema industrial precisa que os homens trabalhem para ele, recebendo um salário; economizem para ele, pagando impostos e empréstimos e que consumam. Na última dessas atividades, insubstituível no seu papel de consumidor, o indivíduo é convidado a experimentar pretensas liberdade e realização pessoal, tornando-se o centro de interesse e, por consequência, das atenções. Não vale mais a crença de que “o direito de cada um vai até onde começa o dos outros” e se fortalece o sistema de valores individualistas. Para conter os exageros de individualismos, na sociedade de consumo, há apenas o constrangimento coletivo do estado. Apontando para a contradição da sociedade civil e política nela evidente, explica:

o sistema vê-se obrigado a intensificar a produção do individualismo consumidor ao mesmo tempo que tem de o reprimir cada vez com maior dureza. [...] O consumo revela-se, pois, como poderoso elemento de dominação social (através da atomização dos indivíduos consumidores), mas traz consigo a necessidade de coacção burocrática cada vez mais forte sobre os processos de consumo – que forçosamente se verá exaltada com crescente energia como o reino da liberdade. Não há saída. [...] O consumo é um gigantesco campo político, cuja análise, posterior e simultânea à da produção, ainda está por fazer.⁶⁷

Nesse contexto, a publicidade não está somente para promover as vendas, mas também e, talvez com maior insistência, está para convencer os indivíduos consumidores “da abundância e gratuidade” características da sociedade que integram, atuando como um setor das relações públicas. A sua função econômica, portanto, é consecutiva à sua função social global que é restabelecer o consenso, a cumplicidade e a confusão; produzir relação, coesão e comunicação. Sua tarefa é

estabelecer um tecido social ideologicamente unificado sob os auspícios de um supermercado colectivo e de um superfeudalismo gracioso que oferecem tudo isso “a mais”, da mesma maneira que os nobres ofereciam a festa ao povo. Através da publicidade que em si já constitui um serviço social, todos os produtos se apresentam como serviços, todos os processos econômicos reais se encenam e reinterpretam socialmente como efeitos de dom, de conforto pessoal e de relação afetiva.⁶⁸

Para Baudrillard⁶⁹ a sociedade de consumo é, ao mesmo tempo, a sociedade da produção de bens e de produção acelerada de relação, caracterizando-se pelo segundo aspecto. Ele afirma que a relação (humana, social, política) é tão produzida quanto os objetos, constituindo-se também em objeto de consumo e o que se consome como relação são apenas os seus signos.

Outra observação relevante para nossa análise feita por esse autor é que traços como a “coexistência pacífica”, o diálogo e os costumes mais brandos presentes na sociedade de consumo, não devem ser entendidos como um progresso “humanista” nas relações humanas. A tolerância apenas constitui uma modalidade do próprio sistema.

⁶⁷ Ibidem, p. 100-101.

⁶⁸ Ibidem, p. 222.

⁶⁹ Idem.

A tolerância conota moralmente a relatividade generalizada das funções/signos, dos objetos/signos, dos seres/signos, das relações signos e das idéias/signos. [...] A tolerância “moral” não é maior que antes. Modificou-se apenas o sistema e passou-se para a compatibilidade funcional.⁷⁰

O incompatível coexiste na sociedade de consumo, na sociedade da abundância. Vivemos na sociedade da solicitude e da repressão; numa sociedade pacificada e da violência. Mas como explicar a violência numa situação de bem estar? Baudrillard propõe a revisão de todas as ideias sobre abundância, argumentando que se a abundância e a violência vão a par, também devem se analisadas em conjunto.

Exemplifica o autor que a existência dos “rockers” de um lado e dos “hippies” de outro podem revelar que as características profundas da sociedade que se pretende hiperativa e pacificada são, de fato, a passividade e a violência (esta, sem objeto).

Nesse momento, não podemos deixar de chamar a atenção do leitor para essa questão e anunciar que, mais adiante, a obra de Elias vai nos dizer algo a respeito das manifestações e controle da violência e sua relação com o lazer.

Baudrillard⁷¹ pontua o fato de que a sociedade que se percebe no caminho para a supressão do esforço, para o relaxamento, para as facilidades – uma vez que proliferam as condições técnicas para tanto – é flagrada, na realidade, como a sociedade de “stress” que se sente cada vez mais ameaçada e distante do equilíbrio individual e coletivo que vive a buscar. A busca incessante de um bem estar que nunca será alcançado causa fadiga nos homens da sociedade de consumo, pois no processo de consumo a concorrência só faz crescer já que, nela, todas as coisas vão sendo produzidas como valor de troca tendo em vista a diferenciação contínua.

Se tomarmos todas as afirmações de Baudrillard como inquestionáveis, talvez não consigamos avançar muito no sentido de superar perspectivas teóricas que vêm privilegiando uma interpretação negativa do consumo, segundo as quais as pessoas “sofrem” os efeitos maléficos do consumismo e do materialismo da vida contemporânea. Podemos imaginar indivíduos/consumidores – desprovidos de qualquer senso crítico – “desfilando”

⁷⁰ Ibidem, p. 234.

⁷¹ Idem.

pelo mundo (e mais especificamente pelos espaços projetados para o consumo) e “expondo suas figuras”, a fim de mostrar a toda a gente por meio dos objetos materiais ou culturais de que são portadores ou de que fazem uso, quem são ou acreditam que são ou gostariam de ser. Num dia, seus corpos impregnados de símbolos, possibilitam a leitura de uma identidade; noutro dia, outra “novinha em folha” é apresentada. E múltiplas identidades do homem contemporâneo passam tão rapidamente como o tempo ocupado, só para acompanhar o ritmo da produção e a consequente exigência de consumo daquilo que lhes é destinado por determinação de outrem. E dentre toda a gente, alguns poucos, inconformados em verem-se, ainda que em forma de arremedo, refletidos nos outros como se todos fossem iguais, colocam à mostra “seu estatuto”, deixando bem claro o seu distanciamento. E, tudo isso não passa de um “condicionamento de diferenciação e de obediência a um código”⁷²

É preciso investigar se tudo que as pessoas procuram nos bens e serviços tem a ver sempre e apenas com sua peculiaridade simbólica de expressar diferenciações, mas não podemos deixar de destacar a questão da construção da identidade na sociedade de consumo explicitada por Baudrillard.

De fato, a individualização é relevante no processo de autoconstrução das identidades e o mundo das mercadorias constitui-se num espaço privilegiado para tal exercício, mas nós queremos acrescentar que as reações físicas e emocionais, os sentimentos envolvidos no ato de consumir como uma experiência e a reflexão (dimensão cognitiva) são elementos importantes que não podem ser desconsiderados na constituição das identidades. A apresentação do próprio *self* é uma dimensão relevante a ser considerada, porém não a única.

A individualização dos agentes sociais é uma das características da nossa sociedade, na qual a competição é também um traço saliente. Nela as relações sociais não se dão entre diferentes pessoas, mas entre papéis sociais diferenciados. A despersonalização decorre desse tipo de sociabilidade impessoal. De acordo com Baudrillard, primeiro o sistema anula as pessoas, “roubando-lhes” a personalidade, eliminando suas reais peculiaridades –

⁷² Idem.

diferenças reais que eram suas marcas pessoais e que as constituíam como seres contraditórios. Depois oferece-lhes as diferenças de volta, porém industrialmente produzidas de modo a garantir a sua manutenção e reprodução.

Em busca da personalidade ausente, querendo personalizarem-se, agentes sociais “tentam reconstruir-se *in-abstracto* pela força dos signos, no “pequeno tom claro”, noutros inumeráveis signos reunidos e constelados para recriar uma *individualidade de síntese* e, no fundo, para desaparecer no anonimato mais total, já que a diferença é, por definição, o que não tem nome”⁷³.

As diferenças produzidas industrialmente – personalizantes – surgem hierarquizadas numa escala, voltando-se para modelos, produzindo-se e reproduzindo-se sutilmente. Logo, os agentes sociais que acreditam estar fazendo valer a sua individualidade enquanto buscam diferenciar-se por meio do consumo, estariam, na verdade, adotando um determinado modelo, qualificando-se “pela referência a um modelo abstrato, renunciando, assim, a toda a diferença real e a toda *singularidade*, a qual só pode ocorrer na relação concreta e conflitual com os outros e com o mundo”⁷⁴.

Nessa sociedade competitiva, individualista e despersonalizada, os objetos são organizados de dois modos complementares, o que lhes confere função e sentido novos: a profusão e a panóplia. A primeira remete o consumidor a um mundo de abundância, no qual não existe rareza e todos têm direito aos objetos e serviços, bastando-lhe “servir-se” daquilo que “escolherem”. Tal estratégia cria a ilusão da igualdade pelo consumo. No segundo, os objetos sugerem conjuntos em que cada unidade indica uma relação de outros objetos em movimento recíproco, sendo consumido como um signo que expressa diferenciação e não como simples mercadoria. O que ocorre é uma associação entre cada objeto e os valores vigentes na sociedade, de forma que tais objetos transformam-se em signos-troféus e identificam seus portadores como membros de uma classe ou grupo; os homens se localizam reciprocamente nas hierarquias sociais e se auto-descrevem para os outros por meio de objetos e comportamentos que comunicam sobre ele, que informam

⁷³ Ibidem, p.105.

⁷⁴ Ibidem, p.105.

sobre seu sucesso ou fracasso. Para Baudrillard, as estruturas das classes e grupos, seriam reorganizadas pela panóplia.

Em seu livro “Cultura de consumo e pós-modernismo”, Mike Featherstone⁷⁵ também apresenta sua versão sobre a sociedade de consumo, argumentando que é possível reunir as diferentes teorias sobre a cultura do consumo e/ou dos consumidores em três grupos, associando-as à pós-modernidade. Baudrillard aparece como destaque no grupo das teorias que ele identificou como *produção do consumo*, cuja explanação faremos mais adiante.

Na referida obra, não há como passar despercebido que, para Featherstone, o vínculo entre cultura de consumo (ou do consumidor) e a pós-modernidade é uma questão central.

O autor sugere que, para tentarmos decifrar o surgimento do pós-modernismo e as mudanças em curso na cultura das sociedades ocidentais contemporâneas, é preciso examinar processos sociais e culturais específicos e a dinâmica da produção de fundos específicos de conhecimento, indo além das falsas oposições entre funcionalismo e relativismo, entre epistemologia singular e ontologia plural⁷⁶.

O que ele propõe é deixar de lado a sociologia pós-moderna, apesar de reconhecer a possibilidade de se aprender muito com ela, e ter por objetivo uma explicação sociológica do pós-modernismo.

Ele afirma que não existe um significado consensual para o termo pós-moderno, mas expõe e discute alguns dos significados com que são tomados os termos dele derivados, pontuando a maneira confusa como os mesmos são usados, incluindo a troca dos seus significados entre si. De qualquer forma, podemos inferir, a partir de sua argumentação, que, para ele, o pós-modernismo é mais do que uma moda passageira e segue sua trajetória a par com algumas mudanças na esfera cultural, podendo transformar-se em realidade.

A importância do pós-modernismo para diversas práticas artísticas e disciplinas das ciências sociais e humanas, afirma, assenta-se sobre o fato de ela despertar a atenção para as mudanças que estão acontecendo na cultura

⁷⁵ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

⁷⁶ Ibidem, p. 27.

contemporânea e que podem ser evidenciadas: 1) no contexto dos campos artísticos, intelectuais e acadêmicos, quanto ao modo de teorização, apresentação e divulgação do trabalho, sendo que tais mudanças e aquelas que ocorrem nas disputas específicas em cada campo são inseparáveis; 2) na “esfera cultural” mais ampla, quanto aos modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos, considerando-se a possibilidade de que essas tenham relação com outras mudanças de maior alcance nas balanças de poder e nas interdependências entre grupos e frações de classe nos níveis intra-social e inter-social; 3) no que toca às práticas e experiências cotidianas de diferentes grupos que, como consequência dos citados processos podem fazer uso diferenciado dos regimes de significação, promovendo, assim, novos meios de orientação e estruturas de identidade.

Featherstone⁷⁷ lembra que o fato de a cultura ter deixado de ser apenas “pano de fundo” e ter conquistado lugar central nas ciências sociais, em especial na sociologia, justifica o aumento do interesse pelo pós-modernismo e deveria ser um motivo a mais para que aqueles que são, como ele, teóricos e pesquisadores culturais, mostrassem interesse pelo assunto.

Eis as três perspectivas fundamentais sobre cultura de consumo por ele identificadas: 1) a de que a cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias e a consequente acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo. Nesse contexto, ganham destaque o lazer e as atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas. O autor comenta que, para alguns, a proeminência do lazer e atividades de consumo seria algo de positivo, pois acarretaria maior igualitarismo e liberdade individual e, para outros, não passa de manipulação ideológica e controle da população visando a manutenção do sistema; 2) a (estritamente sociológica) de que a relação entre a satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado é um jogo de soma zero, no qual a satisfação e o *status* dependem da exibição e da conservação das diferenças em condições de inflação. O uso das mercadorias, nesse caso, serve para promover a inclusão, o pertencimento e/ou estabelecer distinções sociais; 3) a de que o consumo envolve prazeres emocionais (os

⁷⁷ Idem.

sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos).

O autor em questão destaca que não é pertinente considerar o consumo como decorrente, inequivocamente, da produção; é preciso destacar a eminência cada vez maior da “cultura” de consumo em tal processo. Segundo ele, todas as transformações ocorridas no cotidiano global colocam em evidência as questões culturais e têm implicações nos conceitos de relação entre cultura, economia e sociedade.

Featherstone⁷⁸ pontua, ainda, o interesse cada vez maior em se conceituar as questões de desejo e prazer, as satisfações emocionais e estéticas inerentes às experiências de consumo, não se atendo apenas à lógica de manipulação psicológica. Ele propõe uma atitude sociológica mais distanciada da avaliação negativa acerca dos prazeres do consumo (herança da teoria de cultura de massa) para explicar essas tendências emergentes.

A primeira das três abordagens a que nos referimos, a da *produção do consumo*, conforme esse autor, “remonta à síntese de Marx e Weber feita por Lukács (1971) em sua teoria da reificação, sendo desenvolvida notadamente nos escritos de Horkheimer e Adorno (1972), Marcuse (1964) e Lefbvre (1971)”⁷⁹.

Trata-se da perspectiva compartilhada pelos economistas clássicos e alguns neomarxistas do século XX, segundo a qual a expansão da produção capitalista, observada especialmente depois do impulso recebido da gerência científica e do “fordismo”, por volta da virada do século, necessitou da construção de novos mercados e da “educação” de novos públicos consumidores por meio da publicidade e da mídia. Desse movimento decorrem maiores oportunidades de consumo controlado e manipulado, explica Featherstone.

Os dois segmentos citados vêem o consumo da mesma forma: como consequência da produção em massa inerente à revolução industrial. A diferença entre eles está na maneira como advogam a participação dos “consumidores” nesse processo. Os economistas propagam a satisfação e a

⁷⁸ Idem.

⁷⁹ Ibidem, p. 33.

autonomia de escolha por parte dos “indivíduos”. Marxistas e neomarxistas levantam a questão do controle e manipulação que a grande indústria – com a ajuda da publicidade e da mídia – exerce sobre os consumidores.

Isso fica claro no seguinte fragmento:

Se, da perspectiva da economia clássica, o objetivo de toda a produção é o consumo, com os indivíduos maximizando suas satisfações mediante a aquisição de um elenco de mercadorias em constante expansão, nesse caso, da perspectiva de alguns neomarxistas do século XX, esse desenvolvimento produz maiores oportunidades de consumo controlado e manipulado.⁸⁰

Featherstone⁸¹ foca sua atenção às interpretações neomarxistas e analisa duas tendências da Escola de Frankfurt com suas implicações para a cultura de consumo.

A primeira diz respeito à indústria cultural. Nas palavras do autor,

Horkheimer e Adorno argumentam que a mesma lógica da mercadoria e racionalidade instrumental manifestadas na esfera da produção pode ser percebida na esfera do consumo, sendo as atividades de lazer, a arte e a cultura de modo geral, filtradas pela indústria cultural: a recepção é ditada pelo valor de troca à medida que os valores e propósitos mais elevados da cultura sucumbem à lógica do processo de produção e do mercado. As formas tradicionais de associação na família e vida privada, bem como a promessa de felicidade e realização, “O anseio por um Outro totalmente diferente” que os melhores produtos da alta-cultura buscavam, são oferecidos como objetos inofensivos a uma massa atomizada, manipulada, que participa de uma cultura *ersatz* produzida em massa e reduzida ao menor denominador comum.⁸²

Por meio desse exemplo, Featherstone⁸³ ressalta que, na visão de Horkheimer e Adorno, a cultura tornou-se mercadoria; que os “consumidores de cultura” estão sujeitos não só à lógica do mercado – que coloca tudo e todos no mesmo nível –, mas também ao nivelamento da cultura “por baixo”. Todas as diferenças essenciais, tradições culturais e qualidades dão lugar à quantidade, já que não há instituições nem padrões orientando a produção cultural. Em relação a essa perspectiva, Featherstone levanta um problema:

embora essa utilização da lógica do capital possa explicar a progressiva calculabilidade e destruição de resíduos da cultura tradicional e da alta cultura

⁸⁰ Ibidem, p. 32.

⁸¹ Idem.

⁸² Ibidem, p. 32-33.

⁸³ Idem.

– no sentido de que sob a lógica da modernização capitalista “tudo que é sólido desmancha no ar” –, existe ainda o problema da cultura “nova”, a cultura da modernidade capitalista. Ela é simplesmente a cultura do valor de troca e do cálculo instrumental racional – algo que talvez pudesse ser designado como uma “não-cultura” ou uma “pós-cultura”?⁸⁴

Outra tendência apontada por Featherstone⁸⁵ na obra da mesma escola, em Adorno, diz respeito ao modo pelo qual o valor de uso original dos bens vai sendo pouco a pouco “esquecido” por força da “imposição” do seu valor de troca. Assim, toda a mercadoria pode assumir o valor ou o significado que lhe queiram dar. À publicidade compete explorar todas as possibilidades de associações e ilusões culturais, “embutindo” nos mais mundanos bens de consumo, promessas de tudo o que há de melhor e possa ser desejado para fazer qualquer ser feliz.

Ele percebe uma ênfase semelhante na lógica implacável da mercadoria, na obra de Baudrillard, afirmando que ela “também se apoia na teoria da mercantilização de Lukács (1971) e Lefebvre (1971) para chegar a conclusões semelhantes às de Adorno”⁸⁶. Para ele,

A maior contribuição da teoria de Baudrillard é apoiar-se na semiologia para argumentar que o consumo supõe a manipulação ativa de signos. Isso se torna central na sociedade capitalista tardia, onde o signo e a mercadoria juntaram-se para produzir a “mercadoria-signo”. A autonomia do significante, mediante a manipulação dos signos na mídia e na publicidade, por exemplo, significa que os signos podem ficar independentes dos objetos e estar disponíveis para uso numa multiplicidade de relações associativas.⁸⁷

Featherstone⁸⁸ informa que alguns autores, a exemplo de Preteceille e Terrail (1985), consideram que o desenvolvimento semiológico dado à lógica da mercadoria por Baudrillard ocasiona um desvio idealista em relação à teoria de Marx. O argumento é que havia nesse último uma ênfase materialista ao passo que, no primeiro, há uma ênfase cultural. E colabora:

Isso fica mais perceptível nos escritos mais recentes de Baudrillard (1983a, 1983b), nos quais a ênfase se desloca da produção para a reprodução, para a reduplicação infinita de signos, imagens e simulações por meio da mídia, abolindo a distinção entre imagem e realidade. Assim, a sociedade de

⁸⁴ Ibidem, p. 33.

⁸⁵ Idem.

⁸⁶ Ibidem, p. 33.

⁸⁷ Ibidem, p. 33.

⁸⁸ Idem.

consumo torna-se essencialmente cultural, na medida em que a vida social fica desregulada e as ações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis. A superprodução de signos e a reprodução de imagens e simulações resultam numa perda do significado estável e numa estetização da realidade, na qual as massas ficam fascinadas pelo fluxo infinito de justaposições bizarras, que levam o espectador para além do sentido estável. Essa é a “cultura sem profundidade” pós-moderna de que fala Jameson (1984a, 1984b).⁸⁹

Featherstone⁹⁰ aponta, também, para a forte influência da obra de Baudrillard em Jameson (1979) e afirma que ambos consideram a cultura pós-moderna como a cultura da sociedade de consumo, a etapa do capitalismo tardio pós Segunda Guerra Mundial. Informa, ainda, que Jameson versa sobre a proeminência da cultura nessa sociedade em que a saturação de signos e mensagens, a liquefação de signos e imagens acabam por determinar a equivalência entre a alta cultura e cultura de massa e conclui:

neste contexto, deveríamos destacar a suposição de que a lógica imanente da sociedade capitalista de consumo caminha em direção ao pós-modernismo. Retornaremos a essa questão mais adiante, ao discutirmos as imagens, os desejos e a dimensão estética da cultura de consumo. É evidente que a abordagem da produção do consumo encontra dificuldades para enfocar as práticas e experiências reais de consumo. A tendência da Escola de Frankfurt, de considerar as indústrias culturais como produtoras de uma massa homogênea que põe em risco a individualidade e a criatividade, tem sido criticada por seu elitismo e incapacidade de examinar processos reais de consumo que revelam reações e utilizações dos bens diferenciadas e complexas da parte do público.⁹¹

Também nós não concordamos com a ideia de total falta de consciência das massas propagada por Adorno e Horkheimer, conforme já mencionamos.

O desenvolvimento de uma cultura de consumo (que desencadeou-se naquele contexto do qual o pensamento de Horkheimer e Adorno emergiu) tem a ver com vários acontecimentos que incluem a revolução burguesa e industrial, com suas consequências: a queda de preços e o acréscimo de renda, o surgimento das lojas de departamento, o desenvolvimento da publicidade, o marketing, o desenvolvimento dos *mass media*; o fortalecimento e expansão da lógica mercantil, a indústria cultural - sendo esta decorrente da busca de oportunidades de negócios no capitalismo industrial.

⁸⁹ Ibidem, p. 34.

⁹⁰ Idem.

⁹¹ Ibidem, p. 34.

A contribuição dos estudos desses autores⁹² para a compreensão daquele momento histórico e dos seus reflexos na sociedade contemporânea é inegável.

Que a cultura de consumo se difundiu nas sociedades ocidentais (antes no primeiro mundo e, depois, em muitos outros países, inclusive no Brasil) e “instalou-se” para ficar, também não pode ser negado, sem esquecer que é preciso levar em conta algumas peculiaridades, tais como as diferenças de percursos de cada sociedade.

Poderíamos argumentar, entretanto, que a cultura de consumo com os seus “produtos” e tudo o que envolve a produção/consumo dos mesmos, bem como as sociedades de consumo e/ou “do jogo” com seus indivíduos/consumidores constituem, atualmente, configurações diferentes. O conhecimento produzido tem papel relevante na compreensão das estratégias criadas em favor dos “produtores” para o seu domínio. No mundo do capital, na ação dos homens tem de haver algum peso o conhecimento “das regras do jogo”. Nesse contexto não é possível que as massas sejam tão desprovidas de autonomia em sua ação.

É evidente que na análise de um fenômeno como o consumo – em especial dos bens culturais, incluindo o lazer – não dá para refutar a existência do intencional apelo à sua prática como atividade controlada, principalmente do esporte/lazer espetacularizado, por questões ideológicas e a tentativa de imposições por meios sutis. Mas as reações das pessoas a esse apelo e as razões porque consomem ou não determinados produtos, independentemente do incentivo que recebam para isso, podem ir muito além das previstas ou esperadas. Elas podem revelar muito mais sobre o homem contemporâneo do que o seu “calcanhar de Aquiles”⁹³ – ponto fraco pelo qual seria capturado para

⁹² ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

⁹³ Filho de Peleu, um mortal, e da ninfa Tétis, Aquiles é um dos heróis homéricos mais conhecidos – aquele cuja ira o poeta se propõe cantar, na *Iliada*. Não se sabe se prevendo tal destino, a sua mãe banhou-o, ainda pequeno, nas águas do Estige, o rio dos Infernos, com o objetivo de o tornar invulnerável. Porém, não se lembrou a extremosa mãe de lhe molhar também o calcanhar por onde o agarrou, não fosse o pequeno cair às águas e afogar-se. Assim, Aquiles ficou invulnerável em todo o corpo, excepto precisamente no calcanhar por onde a mãe o segurou. E foi nesse calcanhar que se cravou a seta de Páris (ou de Apolo, segundo outras versões), filho de Príamo, rei de Tróia, e que acabou por levar à morte de Aquiles, durante uma das batalhas da guerra de Tróia. Esta é apenas uma das versões do mito, talvez a mais conhecida, e que deu origem à expressão “calcanhar de Aquiles”, para

sempre como “consumidor passivo” ou reproduzidor de um estilo de vida que lhe é imposto, tal como o é o seu modo de vida.

Retomemos: Featherstone⁹⁴ identifica como estudos sobre a *produção do consumo* aqueles segundo os quais a massa consumidora é “educada” para que o consumo seja controlado e manipulado.

Antes de irmos adiante, julgamos interessante colocar o que pensa a esse respeito a antropóloga Livia Barbosa⁹⁵. Em seu livro “A Sociedade de Consumo”, a autora apresenta uma revisão bibliográfica sobre as origens históricas da sociedade de consumo e de sua caracterização sociológica e – a partir da análise de diferentes autores – avalia os estudos sobre o tema no Brasil.

Para ela, Baudrillard aparece como o autor ícone das teorias sobre a produção de consumo apresentadas por Featherstone e distinguindo-se dos demais pelo uso que faz da semiologia. Ela faz questão de frisar, por entender que não o faz Featherstone, que o ícone não utiliza o termo *consumer culture* mas sim “sociedade de consumo” e reforça: para ele, “sociedade de consumo é aquela em que o signo é a mercadoria”⁹⁶.

Barbosa⁹⁷ afirma que essa predominância do signo como mercadoria levou os neomarxistas a enfatizarem o papel crucial da cultura na reprodução do capitalismo contemporâneo e assim se posiciona diante do que disse Featherstone a respeito da teoria da *produção de consumo*, na sua versão neomarxista:

considero importante lembrar que a preocupação com o controle e a produção de consumidores tão discutida pela teoria crítica e pelos neomarxistas, apresenta alguns sérios problemas. O primeiro deles é que, embora os consumidores, como operários, possam ser vistos como controláveis pelos capitalistas com o objetivo de aumentar seus lucros, a linha entre persuasão e controle é muito mais difícil de definir na esfera do consumo do que na da produção. É interessante enfatizar que não existe punição para o não-consumo ou obrigatoriedade para fazê-lo. Em suma, enquanto diversas instituições sociais possuem poder de coerção sobre as pessoas, o mesmo não ocorre quando se trata de consumidores.⁹⁸

designar um ponto fraco. In. <http://culturaclassica.blogspot.com> acessado em 11 de janeiro de 2010.

⁹⁴ Idem.

⁹⁵ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

⁹⁶ Ibidem, p. 38-39.

⁹⁷ Idem.

⁹⁸ Ibidem, p.40.

Posto isso, passemos à segunda das teorias identificadas por Featherstone⁹⁹, à qual ele assim se refere: *modos de consumo*.

Para Featherstone¹⁰⁰, se é possível afirmar o funcionamento de uma “lógica de capital” derivada da produção, talvez seja possível afirmar que há uma “lógica do consumo” apontando para os modos socialmente estruturados de se usar bens para demarcar relações sociais. Segundo ele,

falar em consumo de bens imediatamente oculta o amplo leque de bens consumidos ou adquiridos à medida que mais aspectos do tempo livre (que incluem atividades rotineiras de subsistência, além do lazer) são progressivamente mediados pela aquisição de mercadorias. Isso oculta ainda a necessidade de estabelecer diferenças entre bens de consumo duráveis (que usamos para a subsistência e lazer, como refrigeradores, automóveis, aparelhos de som, câmeras) e não-duráveis (comida, bebida, roupas, produtos para o cuidado do corpo) e as alterações na proporção de renda despendida em cada setor ao longo do tempo. É preciso prestar atenção ainda na forma como alguns bens podem entrar e sair da condição de mercadorias e na diferente duração de vida que cabe às mercadorias à medida que se deslocam da produção para o consumo.¹⁰¹

O autor discorre sobre o aspecto duplamente simbólico das mercadorias nas sociedades contemporâneas, afirmando que o simbolismo não se evidencia apenas no *design* e no imaginário embutido nos processos de produção e *marketing*; as associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando relações sociais.

Objetos de compra podem ganhar prestígio por meio do valor de troca elevado. Também é possível que, por simbolizarem algum tipo de relação especial, no momento da recepção, determinados produtos percam a condição de mercadoria, tornando-se coisas “sem preço”. Uma vez excluída a possibilidade de troca para tais produtos, eles têm aumentado seu valor e o *status* que podem representar.

Nas sociedades ocidentais contemporâneas, segundo Featherstone¹⁰², observa-se a tendência para uma situação na qual a constante renovação das

⁹⁹ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

¹⁰⁰ Idem.

¹⁰¹ Ibidem, p.35.

¹⁰² Idem.

mercadorias oferecidas causa a impressão de que todos os bens são permutáveis e de que o acesso a elas é irrestrito para todos. Isso torna mais complexo o problema da leitura do *status* ou da posição hierárquica do portador das mercadorias. O autor afirma que é nesse contexto que se tornam importantes o gosto, o julgamento discriminador e o conhecimento ou capital cultural que capacitam grupos ou categorias específicas para a compreensão e classificação adequada das novas mercadorias, bem como para a maneira de usá-las. A esse respeito, Featherstone aponta para as obras de Bourdieu¹⁰³ e de Douglas e Isherwood¹⁰⁴. Tais obras examinam as formas como os bens são usados para marcar diferenças sociais e transmitir mensagens.

Featherstone¹⁰⁵ afirma que, Douglas e Isherwood, na obra a que ele se refere, “O mundo dos bens”, argumentam que o uso que fazemos das mercadorias apenas em parte pode ser relacionado com o seu consumo físico, ou seja, não envolve apenas utilidade e satisfação. O seu uso como marcadores sociais é crucial. Na discussão desses autores, continua, é possível definir as classes de consumo em relação ao consumo de três conjuntos de bens: o de artigos de consumo geral, o tecnológico e o de informação. Os pobres, situados no plano mais baixo da estrutura social, dispõem de mais tempo e estão limitados ao primeiro dos conjuntos citados. A chegada ao topo das classes de consumo passa não só por um nível elevado de renda, mas também pelo conhecimento dos princípios de classificação, hierarquia e adequação – o que requer grande investimento em capital cultural e simbólico. Na medida em que as pessoas atingem níveis mais altos na escala social passam a usar a informação sobre bens e serviços para o estabelecimento de vínculos com pessoas que vêem o mundo de forma semelhante e para a exclusão dos demais.

De acordo com Featherstone¹⁰⁶,

A programação, duração e intensidade do tempo investido na aquisição de competências para gerir informação, bens e serviços, além da prática, conservação e manutenção cotidianas dessas competências é um critério útil

¹⁰³ BOURDIEU, P. **Distinction**: A Social Critique of the Judgement of Taste. Tradução de Richard Nice. Londres: Routledge, Kegan Paul, 1984.

¹⁰⁴ DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **The World of Goods**. Harmondsworth: Penguin, 1980.

¹⁰⁵ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

¹⁰⁶ Idem.

de classe social, conforme nos lembra Halbwachs. O tempo que usamos em práticas de consumo conforma-se a nosso *habitus* de classe, transmitindo, assim, uma idéia precisa de nossa condição de classe.¹⁰⁷

Ele aponta para a importância das pesquisas de Bourdieu e seus colaboradores¹⁰⁸ acerca dos padrões de investimento através do curso da vida que possibilitam relacionar a diferenciação do uso do tempo com as distinções de classe.

Para Bourdieu (1964), “o gosto classifica, e classifica o classificador”. Preferências de consumo e estilo de vida envolvem julgamentos discriminadores que identificam nosso próprio julgamento de gosto e, ao mesmo tempo, o tornam passível de ser classificado pelos outros. Constelações específicas de gosto, preferências de consumo e estilo de vida estão associados à ocupação e frações de classes específicas, tornando possível mapear o universo de gosto e estilo de vida, com suas oposições estruturadas e distinções graduais sutis, que operam numa sociedade específica e num determinado ponto da história.¹⁰⁹

Para Bourdieu, conforme expõe Featherstone¹¹⁰, a posse de determinados bens de consumo comprovam o gosto e a distinção do possuidor, constituindo-se num capital cultural ou simbólico que não se encontra em “todo mundo” ou em “qualquer um”. A produção do capital simbólico tem funções nas sociedades contemporâneas: contribui para a reprodução e manutenção da ordem social como marcador de classe e dá origem a formas materiais e concretas de poder, as quais nem sempre são flagradas e muitas vezes tornam-se “naturais”.

Featherstone¹¹¹ chama a atenção para o fato de que a taxa de produção de novos bens indica que a disputa para obter bens que definem o *status* social nos níveis mais altos da sociedade é relativa. Aparentemente, os problemas de inflação produzidos por oferta excessiva e circulação veloz de bens simbólicos e mercadorias de consumo trazem o risco de ameaçar a legibilidade dos bens usados como *status* social.

¹⁰⁷ Ibidem, p.37.

¹⁰⁸ Featherstone refere-se a Bourdieu et alii. em **Un Art Moyen**, publicada em 1965; Boudieu e Passeron, em **Reproduction in Education, Society and Culture**, publicada em 1990 e Bourdieu, em **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**, publicada em 1984.

¹⁰⁹ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p.38.

¹¹⁰ Idem.

¹¹¹ Idem.

a oferta constante de mercadorias, objetos de desejo e moda, ou a usurpação dos bens marcadores pelos grupos de baixo, produz um efeito de perseguição infinita¹¹², segundo o qual os de cima serão obrigados a investir em novos bens (de informação) a fim de restabelecer a distância social original.¹¹³

Ele ainda ressalta a importância do gosto, da capacidade de julgar e do conhecimento das mercadorias nesse contexto, pois eles ajudam as classes e frações de classe a escolherem que bens devem consumir. Trata-se aqui de um mecanismo eficiente na reconstituição das hierarquias e diferenciações sociais. Para os grupos aspirantes, que adotam uma atitude de aprendizes perante o consumo e procuram desenvolver um estilo de vida, o conhecimento torna-se essencial: conhecer novos bens, seu valor social e cultural e como usá-los de maneira adequada.

Para esses grupos, como as novas classes médias, a nova classe trabalhadora e a nova classe rica ou alta, são muito importantes as revistas, jornais, livros e programas de rádio e televisão associados à cultura de consumo, que enfatizam o aperfeiçoamento, desenvolvimento e transformação pessoais, como administrar propriedades, relacionamentos e ambições, como construir um estilo de vida realizador. É aqui que, mais frequentemente, encontramos a consciência de si do autodidata, preocupado em transmitir sinais adequados e legítimos por meio de suas atividades de consumo. Esse pode ser o caso do grupo que Bourdieu (1984) designa como “os novos intermediários culturais”, que atuam na mídia, *design*, publicidade e em outras ocupações “paraintelectuais” de informação, cujas atividades profissionais envolvem o desempenho de serviços e a produção, comercialização e divulgação de bens simbólicos. Nas condições de uma oferta cada vez maior de bens simbólicos, cresce a demanda por especialistas e intermediários culturais capazes de vasculhar diversas tradições e culturas para produzir novos bens simbólicos e, além disso, fornecer as interpretações necessárias para seu uso. Seus *habitus*, disposições e preferências de estilo de vida são tais que eles acabam por se identificar com os artistas e intelectuais; todavia, nas condições da desmonopolização dos redutos de mercadorias artísticas e intelectuais, eles têm os interesses aparentemente contraditórios de sustentar o prestígio e o capital cultural desses redutos e, ao mesmo tempo, popularizá-los e torná-los acessíveis a públicos maiores.¹¹⁴

Com base no exposto, podemos entender que, segundo essa lógica de consumo, no contexto da cultura do consumidor, perdura uma economia de

¹¹² Em notas, o tradutor da obra “Cultura de consumo e pós-modernismo” de Mike Featherstone, esclarece que o termo original para “efeito de perseguição infinita” é “a paperchase effect”, e explica: a imagem designa um jogo (paperchase) praticado ao ar livre com dois grupos de jogadores, no qual o primeiro grupo segue um determinado percurso, espalhando pelo caminho pequenos pedaços de papel que servirão de marcar ao segundo grupo, cujo objetivo é perseguir e capturar o primeiro antes que atinja um pondo designado.

¹¹³ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 38.

¹¹⁴ Ibidem, p. 38.

prestígio em que a restrição na oferta de certas mercadorias – dada pela sua escassez real ou artificial – confere-lhes maior valor. Para que os usuários de bens/mercadorias dessa categoria as utilizem adequadamente e consigam transportar para si as mesmas qualidades peculiares simbólicas a elas atribuídas, denotando pertencimento a uma “superior categoria de pessoas”, é necessário grande investimento em tempo, dinheiro e conhecimento. Logo, do ponto de vista da distinção, não é a satisfação das necessidades que leva as pessoas a se apropriarem dos bens e sim a sua escassez e a impossibilidade de que outros também os possuam.

Featherstone¹¹⁵ pondera sobre o fato de que, diante da erosão das fronteiras da Sociedade-Estado, como parte de um processo da globalização dos mercados e da cultura, pode ser mais difícil estabilizar os bens marcadores adequados, o que colocaria em risco a lógica cultural das diferenças, argumentando que

a ameaça de desordem no campo ou no sistema existiria mesmo que se aceitasse a premissa derivada do estruturalismo de que a própria cultura está submetida a uma lógica diferencial de oposições. Assim, o esforço de detectar e estabelecer essas oposições estruturadas, que capacitam os grupos a usar bens simbólicos para estabelecer diferenças, funcionaria melhor em sociedades relativamente estáveis, fechadas e integradas, onde as possibilidades de fuga e a desordem potencial proveniente da leitura dos bens mediante códigos inadequados são restritas.¹¹⁶

Ele também chama a atenção para a questão da existência dos *habitus*¹¹⁷ e argumenta que continua sendo necessário coletar pistas e informações sobre o poder potencial, *status* e prestígio social do outro, mediante a leitura do comportamento da outra pessoa, considerando-se as práticas cotidianas das pessoas reais, envolvidas em teias de interdependências e balanças de poder com outras pessoas. Mesmo que possam ser modificados, imitados e reproduzidos, os diferentes produtos da moda, lazeres, alimentação, habitação, leituras, dentre outras possibilidades de consumo, podem ser utilizados como pistas no ato de classificar ou hierarquizar os outros.

¹¹⁵ Idem.

¹¹⁶ Ibidem, p. 39.

¹¹⁷ Para Featherstone, os *habitus* são conjuntos relativamente estáveis de disposições e princípios classificatórios, que são socialmente identificáveis e funcionam para estabelecer as fronteiras entre grupos.

Nesse sentido o pensamento de Bourdieu e seu conceito de capital cultural são válidos para Featherstone, já que segundo tal estudo, “a cultura é corporificada”. Isso quer dizer que as origens e a trajetória de vida de uma pessoa podem ser reveladas por meio de sinais manifestos na forma do corpo, altura, peso, postura, andar, conduta, tom de voz, linguagem, conforto em relação ao próprio corpo, de forma que os “impostores” – os novatos, os autodidatas – podem ser facilmente reconhecidos pelos “ricos em capital cultural”, posto que revelarão a incompletude de sua competência cultural através do indisfarçável desconforto causado pela “segunda natureza” que deveria lhes “cair como uma luva”.

Featherstone¹¹⁸ lembra que é preciso considerar algumas questões relativas às análises sobre a demarcação das relações sociais desenvolvidas a partir dos modos de consumo:

é preciso levar em conta as pressões que ameaçam produzir uma oferta excessiva de bens culturais e de consumo e associar isso a processos mais gerais de desclassificação cultural. É preciso considerar também as pressões que poderiam contribuir para a deformação do *habitus*, o *locus* do gosto e das escolhas classificatórias. É possível que estejam emergindo diferentes modos de identidade e de formação e deformação de *habitus*, que talvez ofusquem a importância do gosto e da escolha de estilos de vida – se não por toda a estrutura social, pelo menos em alguns setores, como por exemplo os jovens e certas frações da classe média. Temos de considerar ainda que a fermentação e a desordem culturais, tão decantadas e muitas vezes rotulada de pós-modernismo, talvez não constituam uma desordem genuína, decorrente de uma total ausência de controles, mas simplesmente assinalem um princípio integrador embutido mais profundamente. Assim, podem existir “regras de desordem” cujo funcionamento permita controlar mais facilmente as oscilações entre a ordem e a desordem, a consciência de *status* e o jogo da fantasia e do desejo, o controle e o descontrole emocionais, o cálculo instrumental e o hedonismo – que anteriormente representavam uma ameaça ao imperativo de manter uma estrutura de identidade consistente e de recusar as transgressões.¹¹⁹

A respeito da segunda divisão proposta por Featherstone – *modos de consumo* –, referindo-se a Bourdieu e a Douglas e Isherwood, Barbosa¹²⁰ argumenta:

julgo importante frisar que por mais relevantes que sejam as contribuições desses autores na compreensão dos significados e mecanismos relacionados

¹¹⁸ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

¹¹⁹ Ibidem, p. 40.

¹²⁰ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

às atividades de consumo ocidental contemporânea, é difícil perceber nos trabalhos de ambos uma teoria sobre a sociedade de consumo, de consumidores ou sobre a cultura de consumidores. No caso de Bourdieu, o consumo nem era o seu foco analítico. Ele buscava novas formas de estudar e abordar as relações sociais. *La distinction* tinha justamente este objetivo. Apoiado em amplo material empírico sobre o gosto das pessoas, Bourdieu desenvolve uma complexa tese na qual ele enfatiza a centralidade das práticas de consumo na criação e manutenção de relações sociais de dominação e submissão. [...] No caso de Douglas e Isherwood o foco de *O mundo dos bens* também não era nenhuma teoria sobre a sociedade de consumo. [...] O livro questiona as pressuposições em que a economia se baseia para elaborar a sua teoria sobre o consumidor. [...] estão preocupados em entender a forma pela qual as mercadorias são usadas pelas pessoas para estabelecer as fronteiras da relação social. [...] As pessoas pertencentes aos extratos médios e superiores usam a informação sobre bens e serviços para construir pontos de contato com pessoas com visões de mundo semelhantes e fecharem as portas para excluírem aqueles que não compartilham das mesmas. Douglas e Isherwood argumentam que para os consumidores o consumo é menos um prazer em si mesmo e mais uma forma prazerosa de preencher obrigações sociais.¹²¹

Para Barbosa¹²², o fato de os autores em questão se preocuparem com o consumo enquanto atividade social mediadora não diminui a contribuição dos mesmos. Só que a existência de uma economia de prestígio – que implica o investimento de tempo, dinheiro e conhecimento –, bem como a utilização das mercadorias para demarcar relações sociais não é, segundo ela, nada específico à cultura do consumidor; trata-se de algo presente em todas as sociedades. Ela sugere que

um conhecimento maior sobre a cultura do consumidor ou a sociedade de consumo poderia ser obtido caso os mecanismos de diferenciação e comunicação social, as estratégias de obtenção de prestígio, de exclusão e de "denúncia" de pessoas através da manipulação de bens posicionais, apontados por esses autores em relação à sociedade contemporânea, fossem comparados aos de outras sociedades, ou mesmo aos de várias sociedades no interior do largo espectro das sociedades contemporâneas. Isso possibilitaria a identificação de estratégias de uso e exposição de bens, processos de demarcação social e agentes sociais específicos à sociedade de consumo contemporânea vis-à-vis as demais.¹²³

Assim, chegamos, finalmente, ao terceiro dos grupos de teorias sobre cultura de consumo apontadas por Featherstone¹²⁴: *consumindo sonhos, imagens e prazeres*. Aqui o destaque é para a dimensão dos prazeres emocionais associados ao consumo, para as sensações físicas e prazeres

¹²¹ Ibidem, p. 42-43.

¹²² Idem.

¹²³ Ibidem, p.43-44.

¹²⁴ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

estéticos decorrentes da objetificação peculiar dos sonhos e desejos celebrados no imaginário da cultura do consumidor em espaços físicos de consumo como *shopping centers*, estádios esportivos, parques temáticos, lojas de departamentos, dentre outros.

De acordo com o autor, o consumo como desperdício, excesso e esgotamento, representa uma presença paradoxal no âmbito da ênfase produtivista das sociedades capitalistas e socialistas estatais, a qual precisaria ser controlada e canalizada de algumas maneiras. A noção de valor econômico associada à escassez e a promessa de que a disciplina e o sacrifício resultariam na eventual superação da escassez (na medida em que são atendidas as necessidades e prazeres do consumo) têm constituído uma imagem cultural poderosa e uma força de motivação importante nessas sociedades.

Ao mesmo tempo, nas classes médias, especialmente entre os especialistas econômicos tradicionais, verifica-se a persistência da noção de trabalho árduo e disciplinado, a conduta ascética voltada para o mundo interior, celebrada pelo individualismo de auto-ajuda do século XIX e pelo thatcherismo do século XX, afirma Featherstone¹²⁵. Desse ponto de vista, o consumo é auxiliar do trabalho e conserva muitas das orientações deslocadas da produção, diz ele.¹²⁶

Devido sua capacidade de ampliar e questionar as noções vigentes de consumo – pondo em circulação imagens do consumo com sugestões de prazeres e desejos alternativos, do consumo enquanto excesso, desperdício e desordem – é que os especialistas e intermediários culturais a que o autor se refere constituem um grupo perturbador em relação às antigas virtudes pequeno-burguesas e à missão cultural do Thatcherismo. Isso ocorre numa sociedade na qual grande parte da produção é voltada para o consumo, lazer e serviços e na qual se verifica uma relevância crescente na produção de bens simbólicos, imagens e informação.

Nessa perspectiva, Featherstone¹²⁷ afirma que deveríamos atentar para a persistência, os deslocamentos e a transformação da noção de cultura de

¹²⁵ Idem.

¹²⁶ Ibidem, p.41.

¹²⁷ Idem.

consumo como desperdício, esbanjamento e excesso. Se destruição torna-se o objetivo da produção, o problema maior passa a ser o que fazer com o excesso de energia traduzido num excesso de produtos e mercadorias, um processo que alcança seus limites na entropia e na anomia. Dessa forma, “para controlar efetivamente o crescimento e administrar o excedente, a única solução é destruir ou esbanjar o excesso na forma de jogos, religião, arte, guerra, morte”¹²⁸. Isso se faz por meio da troca de presentes, torneios de consumo, carnavais e consumo conspícuo.

Analisando tais práticas nas sociedades capitalistas, Featherstone¹²⁹ argumenta que

em alguns níveis se verificam perdas e fugas persistentes e que, conforme os termos do argumento mencionado, o capitalismo também produz imagens e locais de consumo que endossam os prazeres do excesso. Essas imagens e locais promovem ainda um embaçamento da fronteira entre arte e vida real.¹³⁰

E, de acordo com tal argumento, afirma que:

É preciso investigar: (1) a persistência, na cultura de consumo, de elementos da tradição carnavalesca pré-industrial; (2) a transformação e o deslocamento do carnavalesco em imagens da mídia, *design*, publicidade, vídeos de *rock*, cinema; (3) a persistência e a transformação de elementos carnavalescos em certos locais de consumo: *resorts*, estádios esportivos, parques temáticos, lojas de departamento e *shopping centers*; (4) seu deslocamento e incorporação no consumo conspícuo, pelo Estado ou pelas grandes empresas privadas, na forma de espetáculos de prestígio para o grande público e/ou para os seres privilegiados da alta-administração pública e privada.¹³¹

Em contraposição às teorias inspiradas nas noções de racionalização, mercantilização e modernização da cultura, Featherstone¹³² julga importante destacar a tradição de transgressão e protesto, o carnavalesco e excessos liminares da cultura popular. Para esclarecer, cita Baktin (1968), Stallybrass e White (1986), segundo os quais:

¹²⁸ Ibidem, p. 42.

¹²⁹ Idem.

¹³⁰ Ibidem, p. 42.

¹³¹ Ibidem, p. 42.

¹³² Idem.

a tradição popular dos carnavais, feiras e festivais proporcionava inversões e transgressões simbólicas da cultura “civilizada” oficial e estimulava a agitação, as emoções descontroladas e os prazeres físicos grotescos, diretos e vulgares da comida farta, da bebida embriagante e da promiscuidade sexual.¹³³

Para o autor, esses eram espaços liminares, onde o mundo era posto de cabeça para baixo, os tabus e as fantasias eram permitidos, sonhos poderiam se realizar. Esses redutos liminares de desordem ordenada não foram completamente integrados pelo Estado, nem pelas indústrias da cultura de consumo e nem pelos “processos civilizadores” ocorridos na Grã-Bretanha nos séculos XVIII e XIX. Ao citar as feiras como exemplo, Featherstone menciona que não eram apenas lugares de troca de mercadorias; as feiras proporcionavam um imaginário espetacular, justaposições bizarras, confusões de fronteiras e uma mistura de sons, gestos, imagens, pessoas, animais, coisas... Ou seja, para as pessoas, que estavam desenvolvendo os controles corporais e emocionais com os processos de civilização¹³⁴, esses lugares de desordem cultural tornavam-se fontes de fascínio e desejo. Tudo isso se tornou tema central nas artes, na literatura e no entretenimento popular. E, sendo assim, as instituições dominaram os espaços do mercado, agregando-lhes as mencionadas exposições.

Cada vez mais surgiram centros não somente do consumo cotidiano, mas também de uma série de mercadorias e experiências simbólicas produzidas pelas indústrias culturais das artes, do entretenimento, do turismo, do patrimônio histórico, etc. Segundo Featherstone¹³⁵, essas imagens evocam prazeres, carnavalização e desordem, mas é necessário ter autocontrole para vivenciá-las; “a vigilância furtiva das câmeras de controle remoto e dos guardas de segurança está à espreita daqueles incapazes de se controlar”¹³⁶.

O autor acredita que

essas tendências para a estetização da vida cotidiana relacionam-se com a distinção entre alta-cultura e cultura de massa. Um movimento duplo sugere

¹³³ Ibidem, p. 42.

¹³⁴ Sobre os processos de civilização, Cf. ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994. 1v. e ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993. 2v.

¹³⁵ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995

¹³⁶ Ibidem, p. 45.

a derrocada de algumas fronteiras entre arte e vida cotidiana, bem como a erosão da condição da arte como uma mercadoria protegida. Em primeiro lugar, verifica-se a migração da arte para o design industrial, a publicidade e as indústrias associadas à produção de símbolos e imagens que já mencionamos. Em segundo lugar, tem-se verificado a dinâmica vanguardista no âmbito das artes que [...] procurou demonstrar que qualquer objeto de uso cotidiano poderia ser estetizado.¹³⁷

A expansão do mercado de arte e o aumento do número de artistas, somados ao uso da arte como veículo de relações públicas, resultaram em transformações significativas no papel desses profissionais; muitos artistas renunciaram a seus compromissos com a alta-cultura e o vanguardismo e adotaram uma atitude cada vez mais aberta à cultura de consumo. E com os processos de expansão do papel da arte na cultura de consumo e de deformação no reduto artístico, com sua estrutura de prestígio e seu estilo de vida distintivo, ocorreu um embaçamento de gêneros e tendências para a desconstrução das hierarquias simbólicas. Atualmente comemora-se a diferença, a efemeridade, a moda, uma maior mercadificação de formas culturais e uma pluralidade de sentidos e significados.

Conforme o autor, “é nesse contexto que chegamos não apenas ao ceticismo em relação à eficácia da publicidade, cuja capacidade de convencer as pessoas a comprar novos produtos – ou doutriná-las – é questionada, mas a uma celebração do seu *pedigree* estético”¹³⁸.

Featherstone¹³⁹ esclarece que o termo “estilo” sugere a coerência e a ordenação hierárquica de elementos, alguma forma interior de expressividade e percebe que há menos interesse em construir um estilo coerente do que em expandir a série de estilos conhecidos e jogar com eles.

O autor também pontua o fato de os comentadores do século XX argumentarem que falta à nossa época um estilo distintivo e que tais percepções se intensificam no pós-modernismo.

Sugere, ainda, a possibilidade de elaborar um argumento semelhante em relação ao termo “estilo de vida”, no sentido de que a tendência no âmbito da cultura de consumo é para a apresentação de estilos de vida que não mais exigem coerência interna.

¹³⁷ Ibidem, p. 45.

¹³⁸ Ibidem, p. 46.

¹³⁹ Idem.

Assim, os novos intermediários culturais, uma facção em expansão dentro da nova classe média, embora predispostos favoravelmente ao estilo de vida dos artistas e especialistas culturais, não procuram promover um estilo de vida singular, mas sim alimentar e expandir a série de estilos disponíveis aos públicos e consumidores.¹⁴⁰

Ele conclui que na cultura de consumo ainda persistem economias de prestígio que demandam investimentos importantes em tempo, dinheiro e saber, a fim de que os bens posicionais sejam adequadamente utilizados de forma a indicar o *status* de seu portador. Ao mesmo tempo, o uso de imagens, signos e bens simbólicos evocam sonhos, desejos, fantasias; despertam emoções e sugerem realização individual.

A cultura de consumo da atualidade não representa nem um lapso de controle, nem a instituição de controles mais rígidos; mas antes, a corroboração dos controles por uma estrutura gerativa subjacente flexível, capaz de lidar ao mesmo tempo com o controle formal e o descontrole bem como facilitar uma troca de marchas confortável entre ambos.¹⁴¹

Nos chamou a atenção nesse autor sua tentativa de desenvolver uma perspectiva teórica de análise

capaz de ir além da concepção de que o estilo de vida e o consumo são produtos totalmente manipulados de uma sociedade de massas, bem como do ponto de vista oposto, que procura preservar o campo dos estilos de vida e do consumo, ou pelo menos um aspecto específico dele (como o esporte), enquanto um espaço lúdico e autônomo, além da determinação.¹⁴²

Ele tenta argumentar que a concepção “nada de regras, apenas escolhas” deveria ser vista como um movimento novo no espaço social, pois, segundo ele, “não representa nada tão dramático como a implosão do espaço social”¹⁴³.

A perspectiva em questão é assim anunciada por ele:

Desenvolveremos uma perspectiva informada pela obra de Pierre Bourdieu para argumentar que a nova concepção de estilo de vida pode ser melhor compreendida em relação ao *habitus* da nova pequena burguesia, que – na

¹⁴⁰ Ibidem, p. 47.

¹⁴¹ Ibidem, p. 48.

¹⁴² Ibidem, p. 120.

¹⁴³ Ibidem, p. 120.

condição de uma fração de classe em expansão, dotada de uma preocupação central com a produção e a disseminação da informação e do imaginário da cultura de consumo – está preocupada em expandir e legitimar suas próprias disposições e estilos de vida específicos. Isso se dá no âmbito de um campo social no qual as concepções da nova pequena burguesia enfrentam resistência e contestação, num clima econômico e numa cultura política nos quais (na Grã-Bretanha, especialmente) as virtudes da pequena burguesia tradicional foram reavivadas. Não obstante seria proveitoso fazer perguntas sobre a cultura de consumo não apenas nos termos da engenharia de demanda, decorrente das eficácias da produção em massa ou da lógica do capitalismo, mas descobrir também quais os grupos, camadas ou frações de classes específicos mais diretamente envolvidos na produção simbólica, especialmente na produção de imagens e informações celebradoras do estilo e dos estilos de vida.¹⁴⁴

Conforme afirma Mancebo¹⁴⁵, Featherstone sugere que as práticas de consumo, seu planejamento, a exibição dos bens e a sua compra – as experiências que cercam o consumo no cotidiano – não podem ser analisadas somente mediante concepções de valor de troca e de cálculo instrumental e relacionado ao polo capital. O homem da cultura de consumo não adota um estilo de vida de maneira absolutamente irrefletida ou manipulada pela propaganda, há uma participação ativa do consumidor na composição de um estilo, manifesta pelos bens, práticas, experiências e aparências que exhibe. Em sua própria expressão, ao se analisar as práticas de consumo, “as dimensões instrumental e expressiva não deveriam ser vistas como polaridades excludentes: antes, é possível imaginar que a cultura de consumo põe ambas em confronto numa balança”¹⁴⁶.

De acordo com a autora¹⁴⁷, Featherstone destaca a insuficiência em se mapear os estilos e gostos com base na renda apenas, pois isso deixa escapar outros princípios de funcionamento e ordenamento das práticas de consumo. É bem o caso do conceito de capital cultural, cuja posse possibilita a conversão em poder social, independente da renda ou do dinheiro. O campo da cultura possuiria lógica e moeda próprias. Desse modo, propõe que se leve em consideração a existência de posições intermediárias entre a “alta cultura” e a

¹⁴⁴ Ibidem, p. 120-121.

¹⁴⁵ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas**. In Estudos de Psicologia, 2002.

¹⁴⁶ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 123.

¹⁴⁷ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas**. In Estudos de Psicologia, 2002.

“baixa cultura” (ou entre aquelas classes que possuem muito capital cultural e econômico e as que possuem pouco), dada a complexidade do espaço social.

Um último argumento central de Featherstone – baseado em Bourdieu –, de acordo com Mancebo¹⁴⁸, é que a nova concepção de estilo de vida pode ser mais bem compreendida se relacionada ao *habitus* das frações de classe. Em outros termos, recomenda que para uma consideração das preferências de estilo é preciso examinar a economia dos bens culturais num espaço social estruturado, “no qual vários grupos, classes e frações de classe lutam e competem para impor seus gostos específicos”¹⁴⁹.

No entendimento de Featherstone¹⁵⁰,

estamos rumando para uma sociedade sem grupos de *status* fixos, na qual a adoção dos estilos de vida fixos por grupos específicos (manifestados na escolha das roupas, atividades de lazer, bens de consumo, disposições corporais) está sendo ultrapassada. Esse aparente movimento em direção a uma cultura pós-moderna, baseada numa profusão de informações e proliferação de imagens que não podem ser estabilizadas de maneira definitiva, nem hierarquizadas em um sistema correlacionado com divisões sociais fixas, estaria sugerindo também a irrelevância das divisões sociais e, em última análise, o fim do social enquanto ponto de referência importante. Com efeito, o fim da relação determinista entre sociedade e cultura anuncia o triunfo da cultura de representação.¹⁵¹

Devido ao grande cruzamento de objetos consumidos, os bens culturais tendem a deixar de ser, em si mesmos, marcadores indubitáveis e estáveis de *status*. O critério de distinção social, nas sociedades capitalistas avançadas, parece centrar-se, cada vez mais, não exatamente naquilo que se consome, mas nas formas mediante as quais os itens de consumo são conceituados, amalgamados e desfrutados.

Os estudos de Elias e Dunning podem contribuir para que reflitamos sobre as questões emocionais envolvidas no consumo, especialmente do lazer. Aquela fruição total, sentimento de felicidade que não precisa ser colocada aos olhos de ninguém – e que não se constitui como elemento de distinção social – a mencionada por Baudrillard, ganha relevância em seu trabalho, cuja análise será realizada no segundo capítulo.

¹⁴⁸ Idem.

¹⁴⁹ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 124.

¹⁵⁰ Idem.

¹⁵¹ Ibidem, p. 120.

Entendemos que existem processos globais que transcendem os grupos, as classes sociais e as nações; que emerge uma sociedade global, cujos sinais aparecem na mídia, na economia, na política; que os homens encontram-se interligados, independentemente de suas vontades, formando um nível de integração mais amplo: mundial. A esse respeito, Ortiz¹⁵² afirma:

somos todos cidadãos do mundo, mas não no antigo sentido, de cosmopolita, de viagem. Cidadãos mundiais, mesmo quando não nos deslocamos, o que significa dizer que o mundo chegou até nós, penetrou nosso cotidiano. [...] A mundialização da cultura se revela através do cotidiano. [...] ¹⁵³

Assim como Ortiz¹⁵⁴ afirmou, somos nativos que nos encontramos perpassados por uma vivência mundializada. “O planeta, que no início se anunciava tão longínquo, se encarna em nossa existência, modificando nossos hábitos, nossos comportamentos, nossos valores”¹⁵⁵, diz ele.

Seguindo o seu exemplo, fizemos um esforço para “desterritorializarmos”, isto é, situarmos num determinado lugar do planeta, antes, como cidadãos do mundo, a fim de compreender a cultura mundializada. Concordamos que não é mesmo possível, ainda que o desejássemos, nos libertar da simultânea condição que nos é inerente: continuaremos sendo, também, brasileiros e latino-americanos...

Admitir a existência de uma sociedade global nos leva a pensar todos os demais níveis de integração, com todas as suas problemáticas, inseridos no mais amplo. Em sendo assim, procedemos, em nossa análise, tal como ele, que, em seu livro “Mundialização e Cultura”, tratou da temática cultural no contexto da sociedade global, privilegiando os aspectos referentes à sociedade de consumo.

É importante lembrar que Featherstone¹⁵⁶ considera a interpretação que apresenta a respeito da cultura de consumo e dos estilos de vida esquemática e generalizada. Afirma que seus questionamentos podem ser respondidos em

¹⁵² ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

¹⁵³ Ibidem, p. 8.

¹⁵⁴ Idem.

¹⁵⁵ Ibidem, p. 8.

¹⁵⁶ FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

caráter definitivo somente por meio de análises empíricas que levem em conta as especificidades de cada sociedade ou grupo.

Ao analisarmos as práticas de consumo do grupo selecionado, considerá-los-emos – as práticas e o grupo – no contexto da sociedade de consumo (e do jogo, podemos acrescentar), já que enfocaremos noutro momento a razão de mais esse rótulo, levando em conta as peculiaridades que conseguirmos delinear e que julgarmos relevantes para nossa análise.

Queremos, por fim, incluir neste capítulo mais algumas considerações de Barbosa¹⁵⁷.

Ela chama nossa atenção para o fato de que, no Brasil, grande parte dos temas e da literatura sobre consumo é ainda pouco conhecida. Afirma que a produção acadêmica é escassa e, via de regra, as poucas pesquisas empíricas existentes sobre o tema em questão estão atreladas ao estudo de grupos sociais específicos como, por exemplo, trabalhadores, camponeses, índios – vistos como grupos dependentes e marginais, que reagem às ações de grupos dominantes. Quando estudado no Brasil, diz, o consumo serve muito mais para marcar ausências e perdas do que para enfatizar ganhos e mudanças positivas em termos de mobilidade social, aquisição de *status* e prestígio dos grupos sociais e melhora nos padrões de vida. “Nesses casos, o consumo se torna invisível e, portanto, explicitá-lo se torna moralmente condenável”¹⁵⁸.

Para essa autora, a visão do consumo e da sociedade de consumo predominante no Brasil – influenciada pelos trabalhos da escola de Frankfurt e pelo trabalho de Baudrillard – é bastante destituída de qualquer perspectiva crítica e fundamentação empírica, considerando-se a inexistência de uma tradição acadêmica brasileira que tenha feito investimentos na análise do consumo e da sociedade de consumo. Como decorrência disso, segundo ela,

o que se observa é uma repetição mecânica do que disseram os autores mencionados anteriormente sobre a sociedade européia e norte-americana, principalmente no âmbito da produção e do consumo cultural. Não se cogita que as questões filosóficas e as características da sociedade de consumo levantadas por eles possam receber outras interpretações. Nem mesmo que os processos sociais e culturais a que foram submetidas as sociedades modernas europeias e norte-americanas possam ter efeitos e significados distintos em uma sociedade com características sociológicas definidas como pós-modernas,

¹⁵⁷ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

¹⁵⁸ Ibidem, p.62.

como é o caso brasileiro, e que nunca realizou, plenamente, o projeto moderno.¹⁵⁹

Outra questão levantada pela autora na citada obra é que a bibliografia em português sobre sociedade de consumo, teorias de consumo, consumo como um processo social e temas afins é extremamente escassa.

Barbosa¹⁶⁰ identifica quatro versões distintas sobre a sociedade de consumo e o significado do consumo no ambiente acadêmico brasileiro e considera uma ironia o fato de que as mesmas são compartilhadas tanto por conservadores como por marxistas. Segundo ela, na primeira versão, o consumo – considerado capaz de destruir diferenças importantes entre as pessoas e sociedades – está ligado à dominação capitalista, atuando em favor da americanização do mundo; a cultura de consumo seria um aspecto geral da erosão da cultura como um todo. Outra versão é a de que o consumo – baseado numa visão de mundo materialista e em desejos irracionais por mercadorias – se opõe à sociabilidade porque afeta e diminui o que há de humano em cada ser, já que as pessoas passam a se preocupar mais com os bens do que com seus semelhantes. Na terceira versão, o enfoque é colocado na suposta oposição entre consumo e autenticidade; o aumento do consumo de massa apontaria para o não envolvimento com a produção; a dimensão expressiva dos bens e produtos estariam sobrepondo-se à funcional e utilitária. Na última das versões sobre o significado do consumo e da sociedade de consumo (esta última tida como mais hedonística do que outras formas de sociedade) a ideia é a de que, induzidas pelo consumo, as pessoas imitam, competem por *status* – o que se torna um dos principais modos de relações sociais; o individualismo, o consumo conspícuo e a sua exibição caracterizam os tipos humanos “produzidos” pelo consumo.

Além da sua avaliação acerca dos estudos sobre a sociedade de consumo e o consumo no Brasil, na mesma obra, a autora nos apresenta as origens históricas da sociedade de consumo e sua caracterização sociológica na visão de diferentes autores.

Ela afirma que a expressão “Sociedade de consumo” utilizada por intelectuais, acadêmicos, jornalistas e profissionais de marketing para se referir

¹⁵⁹ Ibidem, p.58.

¹⁶⁰ Idem.

à sociedade contemporânea reporta o leitor a uma de suas dimensões – percebida como específica – tornando-se, para alguns, definidora das sociedades contemporâneas. Alertando-nos para o fato de que a dimensão singularizada do consumo em tal expressão traz alguns embaraços conceituais, explica que é difícil definir o que é sociedade de consumo porque o termo quase sempre aparece associado a outros conceitos (sociedade de consumidores, cultura de consumo, cultura de consumidores, consumismo) empregados, geralmente, como sinônimos uns dos outros.

Ainda assim, e reconhecendo a dificuldade de se falar sobre dimensões da realidade tão próximas umas das outras, como é o caso de cultura e sociedade, argumenta que – do ponto de vista analítico – é possível e desejável a diferenciação entre as duas expressões: a) sociedade de consumo e de consumidores e b) cultura do consumo e de consumidores. A autora aponta duas razões para isso:

Primeiro, quando utilizamos cultura do consumo e/ou sociedade de consumo estamos enfatizando esferas da vida social e arranjos institucionais que não se encontram, na prática, uniformemente combinados entre si, podendo ser encontrados desvinculados uns dos outros. Isto significa que algumas sociedades podem ser sociedades de mercado, terem instituições que privilegiam o consumidor e os seus direitos, mas que, do ponto de vista cultural, o consumo não é utilizado como a principal forma de reprodução nem de diferenciação social, e variáveis como o sexo, idade, grupo étnico e *status* ainda desempenham um papel importante naquilo que é usado e consumido. Ou seja, a escolha da identidade e do estilo de vida não é um ato individual e arbitrário, como alguns autores o interpretam no contexto das sociedades ocidentais contemporâneas. [...] Origina-se dessa disjunção a necessidade de pensarmos sobre sociedades e culturas de consumo ou sobre etnografias de sociedades e culturas de consumo. [...] Segundo, [...] porque, para alguns autores – como Frederic Jameson, Zigmund Bauman, Jean Baudrillard e outros – a cultura do consumo ou dos consumidores é a cultura da sociedade pós-moderna, e o conjunto de questões discutidas sob esse rótulo é bastante específico. Ele inclui a relação quase causal entre consumo, estilo de vida, reprodução social e identidade, a autonomia da esfera cultural, a estetização e comoditização da realidade, o signo como mercadoria e um conjunto de aspectos negativos atribuído ao consumo tais como: perda de autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade, entre outros. Por outro lado, autores como Don Slater, Daniel Miller, Grant McCracken, Colin Campbell, Pierre Bordieu e Mary Douglas, por exemplo, abordam a sociedade de consumo ou o consumo a partir de temas que não são considerados pela discussão pós-moderna, mas nem por isso são menos importantes. [...] Em suma, esses autores investigam como o consumo se conecta com outras esferas da experiência humana e em que medida ele funciona como uma “janela” para o entendimento de múltiplos processos sociais e culturais.¹⁶¹

¹⁶¹ Ibidem, p.9-11.

Na opinião de Barbosa¹⁶², as perspectivas sob as quais os autores do segundo grupo investigam o consumo (quais as razões que levam as pessoas a consumirem determinados tipos de bens, em determinadas circunstâncias e maneiras? Qual o significado e importância do consumo como um processo que media relações e práticas sociais, as relações das pessoas com a cultura material e o impacto desta na vida social? Qual o papel da cultura material no desenvolvimento da subjetividade humana? É possível a elaboração de uma teoria de consumo que dê conta de todas as suas modalidades?) são altamente relevantes.

Ela ressalta, ainda, que o embasamento empírico das argumentações dos dois grupos em questão também é um fator que os diferencia entre si. Nos autores do primeiro grupo a crítica social é mais forte que a fundamentação empírica e sociológica. Trata-se de uma abordagem na qual a existência de diferentes tipos de consumo e de diferentes grupos sociais não é levada em conta, como também não o são os múltiplos significados implicados na atividade de consumir. Para a autora, tal atividade está presente em todas as sociedades humanas, sendo que, nas sociedades ocidentais contemporâneas, contempla duas categorias básicas de entendimento: para fins de satisfação de “necessidades básicas” e/ou “supérfluas”.

A respeito do significado de consumo, no rótulo “sociedade de consumo”, a autora afirma que ela sinaliza para algum tipo de consumo particular e, ao mesmo tempo, para um tipo de sociedade específica com arranjos institucionais, princípios classificatórios e valores particulares – dependendo da abordagem teórica utilizada.

Segundo ela, a ideia do consumo como algo negativo e associado automática e inconscientemente à ostentação e abundância contribuíram para o envolvimento desse tema em debates de cunho moral e moralizante acerca dos seus efeitos nas sociedades contemporâneas, sempre relacionado a outros temas como materialismo, exclusão, individualismo, hedonismo, lassidão moral, falta de autenticidade, dentre outros – misturando conceituação e análise sociológica com moralidade e crítica social.

A autora se posiciona a esse respeito:

¹⁶² Idem.

ironicamente, as grandes diferenças materiais intra e entre as sociedades quase que impossibilitam qualquer tentativa de se discutir de forma mais acadêmica e teórica a questão do consumo, colocando aqueles que os tentam no lado da direita, da alienação ou da insensibilidade social no interior do espectro político. Entretanto, independentemente da carência material de terminados segmentos sociais e sociedades o fato é que consumir e utilizar elementos da cultura material como elemento de construção e afirmação de identidades, diferenciação e exclusão social são universais. Mais ainda, o apego a bens materiais não é nem uma característica da sociedade contemporânea nem daqueles que possuem materialmente muito. Ambos os elementos estão e já estiveram presentes de forma intensa em outras sociedades e segmentos sociais. Portanto, é fundamental se distinguir a crítica moral às desigualdades e opressões geradas pelo capitalismo e pelo socialismo real – que teriam aniquilado, supostamente, com a autenticidade e o modo de vida mais orgânico das sociedades pré-industriais – da crítica moralizante sobre o consumo e a sociedade de consumo.¹⁶³

Barbosa¹⁶⁴ destaca o fato de ter havido mudança nas discussões sobre o consumo – apesar da constância da crítica moral – a partir da década de 1980, quando os cientistas sociais passaram a reconhecê-lo como um tema em si mesmo, partindo de duas pressuposições teóricas: a de que o consumo é central no processo de reprodução social de qualquer sociedade (o que também significa dizer que todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural) e a de que a sociedade moderna contemporânea é caracterizada como uma sociedade de consumo. E pondera:

como já mencionamos, a cultura material e o consumo são aspectos fundamentais de qualquer sociedade, mas apenas a nossa tem sido caracterizada como uma sociedade de consumo. Isto significa admitir que o consumo está preenchendo, entre nós, uma função acima e além daquela de satisfação de necessidades materiais e de reprodução social comum a todos os demais grupos sociais. Significa admitir, também, que ele adquiriu na sociedade moderna contemporânea uma dimensão e um espaço que nos permitem discutir através dele questões acerca da natureza da realidade. Entretanto em que consiste a natureza dessa realidade e a sua essência vai ser justamente o centro dos debates entre os diferentes autores sobre o que é uma sociedade e/ou uma cultura de consumo e de consumidores.¹⁶⁵

Para essa autora, as controvérsias acerca das origens históricas da moderna sociedade de consumo giram em torno de duas questões: uma diz respeito à época e ao lugar em que – na Europa – foram percebidos sinais de mudança na quantidade de itens da cultura material disponíveis na sociedade;

¹⁶³ Ibidem, p.12-13.

¹⁶⁴ Idem.

¹⁶⁵ Ibidem, p.14.

a outra se refere àquilo em que consistiam os novos itens e à sua distribuição no interior da sociedade.

No início da década de 1980, teria florescido a temática do “quando”, conforme relata Barbosa, momento em que alguns historiadores propuseram uma revisão acerca do destaque que fora dado à Revolução Industrial no surgimento da sociedade contemporânea pela historiografia tradicional, argumentando que a mesma teria sido precedida por uma Revolução do Consumo e Comercial, considerada, na releitura proposta, como fator influente da modernidade e modernização ocidental.

Barbosa¹⁶⁶ ainda pontua um dado: as invenções tecnológicas associadas à Revolução Industrial só aconteceram muito tempo depois da exacerbação do consumo a que se referem os autores envolvidos na discussão, de forma que não poderiam ter desempenhado o papel que lhes fora atribuído na criação das condições materiais para as pessoas consumirem mais.

Outra observação feita por ela é sobre o ponto de vista econômico nesse debate entre produtivistas e os que defendem a ocorrência de uma revolução do consumo antes da Revolução Industrial. O lado econômico defende que a insaciabilidade e a propensão natural para o consumo seriam características inerentes às pessoas, aspectos psicológicos do ser humano que não lhes caberia investigar. Tais características as levariam a destinar qualquer aumento de renda ao consumo de bens e mercadorias. Barbosa conclui que eles não conseguem e nem estão interessados em explicar a origem de tais ideias, a partir das quais se dá toda a análise econômica sobre o consumo – partilhadas tanto por Keynes como por Marx e todos os economistas até hoje.

A afirmação da autora será confirmada no segundo capítulo, quando analisamos a obra de Veblen.

O que para os economistas basta ser constatado, não teria como base nenhuma evidência empírica, sendo questionado pela autora. Ela ainda cita o trabalho de Miller¹⁶⁷, cujo objetivo é polemizar abertamente com os

¹⁶⁶ Idem.

¹⁶⁷ Daniel Miller, em seu artigo “Consumption as the Vanguard of History: a Polemic by Way of an Introduction” (Consumo como vanguarda da história: uma polêmica como introdução) adiciona outros argumentos contra o “bias produtivista” que tem permeado a análise do consumo. Para o autor, esse desinteresse em relação ao consumo esconde, na verdade, uma

economistas, como mais um exemplo de argumento contra a concepção produtivista. Porém deixa claro que não se pode afirmar que haja uma síntese teórica e generalizante sobre o consumo na historiografia europeia, só pelo fato de que, recentemente, historiadores tenham se interessado pelo tema ou porque há argumentos que acentuam o peso e a importância do consumo na constituição da sociedade contemporânea. Ainda assim ela discorda da historiografia tradicional e dos economistas quando afirmam que a sociedade e a cultura de consumo são a “gratificação histórica retardada” do longo labor industrial, entendendo que

a insaciabilidade, que constitui uma das características da sociedade de consumo moderna, é o resultado de um processo histórico, no interior do qual podemos observar transformações que começam a se delinear nos dois séculos anteriores ao XVIII, quando atingem o seu apogeu e se consolidam.¹⁶⁸

Segundo informa essa autora¹⁶⁹, a questão do “quando” aconteceu a sociedade de consumo ainda não foi de todo resolvida entre os estudiosos, que a situam – com variações – no período que vai do século XVI ao XVIII. Mas parece haver certo consenso no que toca às mudanças históricas.

A partir do século XVI, há registros da inclusão de novos produtos – os quais não poderiam ser considerados de necessidade – no cotidiano dos diferentes segmentos sociais. As mudanças não se deram somente no âmbito da cultura material, esclarece, afetando também a dimensão cultural de forma particular.

O aparecimento do romance ficcional moderno, o aumento do grau de literariedade da população, a prática da leitura silenciosa, a preocupação com novas formas de lazer, a construção de uma nova subjetividade, a valorização do amor romântico e a expansão da ideologia individualista são algumas das novidades registradas pelos historiadores. Por fim, o desenvolvimento de novos processos e modalidades de consumo bem como sistemas e práticas de

espécie de “pacto” assumido pelos cientistas sociais no decorrer desse século no sentido de não comprometerem “a grande narrativa” que tem conferido precedência moral e ideológica à Revolução Industrial e à produção (trabalho), garantindo assim a hegemonia política da economia. Ele demonstra que, do ponto de vista do campo da economia, Marxistas e não marxistas nunca estiveram na realidade em campos opostos. Aliás, é graças a esse consenso de não tratar do consumo e somente da produção que esse milagre se torna possível, fazendo com que a economia possa sustentar ao mesmo tempo uma face conservadora (keynesiana) e outra revolucionária (Marxista) e mesmo assim permanecer unida e hegemônica. Ibidem, p. 17-18.

¹⁶⁸ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 17.

¹⁶⁹ Idem.

comercialização que buscavam atingir novos mercados de consumidores são algumas novidades que irão coroar todos esses movimentos.¹⁷⁰

Em sua análise, Barbosa¹⁷¹ se dispõe a explorar duas mudanças: a passagem do consumo familiar para o consumo individual e a transformação do consumo de pátna para o consumo de moda.

Nas sociedades tradicionais, de acordo com a autora, cada família ou grupo doméstico produzia para o consumo de suas próprias necessidades de reprodução física e social. Produção e consumo centralizavam-se na mesma unidade. Para exemplificar, ela cita o trabalho de Norbert Elias “A sociedade de corte”, no qual ele assinala que, na sociedade francesa dos séculos XVII e XVIII, havia uma dependência entre *status* e estilo de vida, porém ambos eram independentes da renda. Em outras palavras, independentemente de sua renda, o estilo de vida das pessoas era determinado pela sua posição social. Havia grupos de *status*, cujo estilo de vida era controlado e regulado também por leis suntuárias, as quais especificavam o que deveria ser consumido por alguns e o que era vedado a outros. Para não ser “excluído” da sociedade de corte, a pessoa tinha de adotar o estilo de vida inerente à sua posição social, independentemente de ter condições para tanto ou de seu próprio desejo.

Reproduzindo o que diz Elias, ela escreve:

como os nobres franceses eram proibidos de trabalhar e nem todos eram capazes de saber fazer render adequadamente seus próprios recursos, a dependência dos favores reais por rendas vitalícias era imensa e movimentava os bastidores da corte de Versalhes. Outra opção para evitar a falência era o casamento com os burgueses, a classe produtiva da sociedade francesa. Os burgueses que por sua vez possuíam os bens necessários à manutenção permanente de um determinado estilo de vida, almejavam o tipo de consumo dos nobres, que lhes era vedado pelas leis suntuárias. Portanto, casamentos entre burgueses e nobres eram a consequência natural nessa sociedade onde tráfegavam em sentido inverso a renda e o estilo de vida e *status*.¹⁷²

Barbosa¹⁷³ expõe que a sociedade contemporânea individualista e de mercado, na qual é forte a ideia de que cada um é livre para escolher e tem autonomia para decidir sobre a própria vida, rompeu totalmente com o tipo de relação acima descrita. Segundo ela, nessa última não há instituições ou

¹⁷⁰ Ibidem, p.19.

¹⁷¹ Idem.

¹⁷² Ibidem, p.20-21.

¹⁷³ Idem.

códigos sociais e morais capazes de determinarem as escolhas das pessoas. Resumindo: cai a dependência entre posição social e estilo e passa a valer o critério da individualidade na escolha dos bens a serem consumidos.

Para ilustrar a afirmação acima, lança mão das três repetidas frases de Stuart e Elizabeth Ewen¹⁷⁴, quando se discute esse tema: "Hoje não existe moda: apenas modas", "Não existem regras: apenas escolhas" e "Todos podem ser qualquer um". Segundo Barbosa, essas frases revelam a visão dos seus autores que pode ser assim sintetizada: não havendo grupos de referência e a disseminação de seu gosto – de cima para baixo pela pirâmide social –, também não haveria uma moda a ser substituída no momento em que esta não se constituísse mais como um elemento diferenciador entre os grupos sociais; indivíduos, diferentes grupos, tribos urbanas fazem a "sua" moda. Diante da inexistência de um grupo "inspirador" para os segmentos sociais "de base", o critério para a aquisição de qualquer coisa é a escolha de cada um – sem a observância de regras ou restrições sobre o que se pode ou não consumir, havendo legitimidade na criação da própria moda de cada pessoa, em consonância com o "seu" senso estético e conforto. Sem grupos de referência e sem regras para arbitrar as escolhas das pessoas, em termos de consumo, acabam-se as diferenças entre os grupos sociais; todas as pessoas são consumidores em potencial, nada havendo que as impeça de adquirir o bem desejado, se tiverem dinheiro para isso.

Como decorrência dessa dinâmica, estilo de vida e identidade passam a ser opções individuais. Toda e qualquer pessoa pode escolher quem quer ser, não importando posição social, idade e renda.

Barbosa¹⁷⁵ chama nossa atenção para o fato de que autores como Stuart Ewen e Bauman, vão mais longe, ressaltando a fluidez e efemeridade dos estilos de vida e identidades, que, para eles, variam de acordo com o estado de espírito de cada um. Nem a baixa renda seria um problema na construção de estilos de vida, considerando-se a possibilidade de acesso a produtos similares e "piratas", quando é impossível usar bens de luxo em suas versões originais.

¹⁷⁴ Cf. BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

¹⁷⁵ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

Nessa conjuntura, esclarece a autora, as noções de gosto e de estilo pessoal de que trata Bourdieu¹⁷⁶ em “A Distinção”, tornaram-se mecanismos de diferenciação, inclusão e exclusão social nas sociedades de consumo modernas. O que está sendo usado é legítimo? Como está sendo usado pelo usuário?

Estilo de vida, no contexto da cultura de consumo, complementa a autora, sinaliza para a individualidade, auto-expressão, estilo pessoal e autoconsciente, não se tratando de uma determinação de um grupo de *status*. Comenta, também, que não há unanimidade entre os autores que admitem a importância da individualidade e da escolha nos processos de consumo, nem quanto ao grau de influência das variantes classe social, idade e sexo na determinação da vida cotidiana, nem quanto ao significado desses processos e nem em relação à fluidez das identidades e dos estilos de vida. Segundo ela, autores como Campbell¹⁷⁷ e Miller¹⁷⁸ não referendam a fluidez e efemeridade das identidades e dos estilos de vida – o que pode ser justificado pela apresentação dos argumentos¹⁷⁹ a que se apegam os mesmos.

A despeito da multiplicidade de interpretações que surgiram acerca das mudanças nos padrões de consumo, Barbosa ressalta: “o fato a assinalar é que de uma atividade familiar na sociedade de corte, o consumo na sociedade moderna se tornou uma atividade individual, uma expressão de um dos valores máximos das sociedades individualistas – o direito de escolha”¹⁸⁰.

¹⁷⁶ BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

¹⁷⁷ CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

¹⁷⁸ MILLER, D. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2000.

¹⁷⁹ Seguem os argumentos mencionados: primeiro, porque do ponto de vista teórico é interessante considerar uma distinção entre liberdade e escolha feita por uma decisão tomada. Segundo, porque embora a liberdade de escolha seja um valor central da sociedade contemporânea ela não flutua em um vácuo cultural. Gênero, classe social, grupo étnico entre outras variáveis, estabelecem alguns parâmetros no interior do quais a minha “escolha” e a minha identidade se expressa. Terceiro, embora possamos dizer que através do consumo “construímos” identidades, um número maior de vezes a confirmamos ao reconhecemo-nos em produtos, objetos e itens da cultura material que são “a nossa cara” ou que reafirmam e satisfazem aquilo que julgo ser meus gostos e preferências. E, finalmente, mesmo na presença da possibilidade de escolhermos identidades e estilos de vida, estes se mantêm constantes, para a maioria das pessoas, por longos períodos de tempo. Cf. BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 23-24.

¹⁸⁰ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 24.

A mudança do consumo de pátina para o consumo de moda é o segundo ponto no qual a autora se detém em sua análise e que marcaria a transição da sociedade tradicional para uma sociedade de consumo.

Ela esclarece que a pátina está associada à longevidade dos objetos e denota o pertencimento e uso dos mesmos pela mesma família por muitas gerações, conferindo *status* aos seus proprietários. Recorrendo ao relato de McCracken¹⁸¹, em “Cultura e Consumo”, a autora nos informa que os nobres ingleses consumiam bens nos quais as perceptíveis marcas do tempo seriam a prova da tradição e nobreza das famílias que destinavam grande parte de seus recursos à manutenção de servos e ao atendimento de regras de reciprocidade. Logo, o dispêndio individual não era cogitado.

A moda caracteriza o consumo moderno, explica Barbosa. É a expressão da individualidade e efemeridade. Seu princípio regulador é o gosto pela novidade. Trata-se de um fenômeno do mundo ocidental moderno, observado, inicialmente no âmbito do vestuário e entre grupos aristocráticos, estendendo-se, depois, a todos os setores da vida cotidiana e grupos das sociedades modernas.¹⁸²

A autora¹⁸³ relaciona algumas das razões que, segundo historiadores e sociólogos, possibilitaram a disseminação da moda e do consumo entre outros grupos que não a aristocracia e ressalta o fato de que, independentemente dos fatores que contribuíram para a democratização do consumo, “no século XIX uma sociedade de consumo estabelecida com tipos de consumidores claramente diferenciados e novas modalidades de comercialização e técnicas de marketing já era uma realidade tanto na Inglaterra, como na França e Estados Unidos”¹⁸⁴.

¹⁸¹ MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Maua, 2003.

¹⁸² Essa afirmação traz à tona questões de ordem epistemológica: a presença e/ou ausência de determinados temas e abordagens em pesquisa no meio acadêmico estariam relacionadas à moda? Será que a produção/consumo de conhecimento nas universidades também não cede a seus ditames? Estariam os pesquisadores imunes a incorporar os valores e compromissos da sua sociedade? As ideias que os pesquisadores consomem e divulgam também não vêm e vão conforme os interesses dos intelectuais? Uma pesquisa sobre os temas mais abordados em pesquisas nos últimos anos nas universidades pode revelar se a mesma fluidez observada fora da academia quanto ao que está em voga consumir em termos de produtos e serviços estende-se à universidade em termos de ideias.

¹⁸³ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

¹⁸⁴ Ibidem, p.28.

Barbosa¹⁸⁵ julga importante marcar as origens das modalidades de comercialização tão presentes em nosso cotidiano, porque percebe que tornaram-se elementos naturalizados das vidas das pessoas.

Aponta para o fato de que, devido às dificuldades conceituais, muitos autores evitam teorizar sobre as características sociológicas e culturais da sociedade de consumo, recorrendo a temas para falar da sociedade ou da cultura do consumo e/ou de consumidores. Fine e Leopold¹⁸⁶, com seu trabalho *"The World of Consumption"* (O Universo do Consumo) – que versa sobre o entendimento do que as pessoas querem dizer quando se referem à sociedade de consumo – seriam exemplo disso. Apesar de achar o referido trabalho interessante, a autora aponta para a fragilidade da sistematização proposta por esses estudiosos porque seus autores teriam negligenciado a fundamentação teórica como, por exemplo, não recorrer à literatura de cunho antropológico ao discutir o consumo como elemento que cria e estabelece diferenças sociais. Entende que Douglas, Bourdieu e o precursor da teoria em questão – Thorstein Bunde Veblen – que seriam referências indispensáveis, não constam como relevantes nos temas discutidos no trabalho deles.

Outro trabalho mencionado e analisado pela autora é o de Slater, cujo argumento é o de que, pelo fato da cultura de consumo estar associada à modernidade como um todo, seria impossível uma única definição para a expressão, de modo que ele se concentra em explicitá-la por meio de “indicadores sociológicos” assim por ela relacionados: 1) A cultura do consumidor é uma cultura de consumo de uma sociedade de mercado; 2) Cultura do consumidor é a cultura de uma sociedade de mercado; 3) A cultura do consumidor é, em princípio, universal e impessoal; 4) Cultura do consumidor identifica liberdade com escolha e vida íntima; 5) As necessidades dos consumidores são ilimitadas e insaciáveis; 6) A cultura do consumidor é a forma privilegiada para negociar identidade e *status* em uma sociedade pós-

¹⁸⁵ Idem.

¹⁸⁶ Esses autores lançaram mão de temas que julgam importantes para que se entenda a expressão “sociedade de consumo”, a saber: as origens históricas da sociedade de consumo, a identificação entre sociedade de consumo e o período da produção em massa, a relação entre consumo de massas e sociedades de consumo, o papel do marketing e propaganda na sociedade de consumo e a questão do controle e da manipulação, o consumo como um fator de estratificação social, a relação entre sociedade de consumo e afliência, a relação entre pós-modernismo e consumo. Ibidem, p.29-30.

tradicional; 7) A cultura do consumo representa a importância crescente da cultura no exercício do poder.

Ela esclarece que, “embora use o termo *consumer culture* ao invés de *consumer society*, Slater privilegia em sua análise os arranjos sociais, ou seja, as relações, estruturas, sistemas e instituições no interior das quais nossos desejos e necessidades e a organização social dos recursos disponíveis se definem mutuamente” ¹⁸⁷. E destaca que o autor “conclui sua discussão sobre as teorias do consumidor alertando para o perigo de transformá-las em uma questão de mera preferência para o consumidor. Para ele, elas também precisam ser compreendidas como parte de uma história dos tempos modernos” ¹⁸⁸.

Ao contrário de Slater, segundo Barbosa¹⁸⁹, a estratégia adotada por Featherstone para falar da sociedade de consumo diferencia-se das anteriores. Ele associa as teorias sobre a cultura do consumidor com a pós-modernidade. Sua opinião a respeito do trabalho desse autor já foi incluída quando o apresentamos ao leitor.

A respeito das teses de Bauman¹⁹⁰, cuja importância é pontuada pela autora porque seus trabalhos são muito difundidos e defendidos no Brasil, Barbosa argumenta que elas poderiam receber várias críticas, dentre as quais o caráter negativo atribuído ao consumismo moderno, visto por ele como uma fonte de desagregação social.

O seu mais recente trabalho, “*Consuming Life*” (Vida que Consome), mostra sua visão sobre a natureza da sociedade de consumo e o impacto desagregador da mesma na vida das pessoas, informa Barbosa. Ela resume as ideias do autor:

Para Bauman a característica distintiva da sociedade de consumo não é o alto grau de consumo em si, mas a desvinculação deste de qualquer função pragmática ou instrumental. Em formações históricas e sociais anteriores existiam necessidades biológicas e sociais que eram circunscritas por padrões sociais de decência [...] na sociedade de consumo contemporânea as “necessidades” adquiriram uma nova plasticidade, que nos eximem de justificá-las por referência a qualquer critério. O prazer que elas proporcionam lhes

¹⁸⁷ Ibidem, p.31.

¹⁸⁸ Ibidem, p.36.

¹⁸⁹ Idem.

¹⁹⁰ BAUMAN, Z. **Consuming Life**. In: Journal of consumer Culture. Londres: sage publications, 2001, vol. 1, n.1.

confere legitimidade. Assim, “na sociedade do consumidor, o consumo é o seu próprio fim e, por conseguinte, é autopropulsor”.¹⁹¹

Na visão desse autor, expõe Barbosa¹⁹², o que move a sociedade de consumo é o desejo e – no capitalismo tardio – o capricho. Evasivos e passageiros, os dois fenômenos não precisam de razão. A dimensão auto-referente é o ponto em comum entre ambos e diferenciam-se pelo grau de volatilidade de cada um. O desejo associa o consumo a dimensões de auto-expressão, gosto e classificação e se enraíza na comparação, na vaidade, na inveja e na necessidade de aprovação. A dimensão característica do capricho é espontânea, casual e aleatória, sendo ele infantil e inseguro. O princípio do prazer é o princípio da realidade na sociedade de consumo. O prazer, segundo esse autor, não é apenas uma ameaça à estabilidade da vida social, mas o seu suporte essencial. Bauman¹⁹³ responsabiliza os capitalistas, profissionais de marketing e também os consumidores por este estado de coisas, cujas implicações são a subjetivação e individualização dos riscos e contradições produzidos por instituições e pela sociedade.

As pertinentes e relevantes críticas e objeções¹⁹⁴ de Barbosa acerca das proposições desse autor deixam claro seu posicionamento a respeito das mesmas.

Já Campbell¹⁹⁵, cuja argumentação também a nós parece coerente, é mais um dos autores analisados por Barbosa – que o considera um dos poucos

¹⁹¹ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p.46.

¹⁹² Idem.

¹⁹³ BAUMAN, Z. **Consuming Life**. In: Journal of consumer Culture. Londres: sage publications, 2001, vol. 1, n.1.

¹⁹⁴ Várias críticas poderiam ser feitas às teses de Bauman. Primeiro, a combinação entre crítica moral e filosófica à sociedade de consumo e teoria sociológica. Existe um claro tom moral condenatório do prazer individualista e uma avaliação utópica de épocas anteriores sem qualquer fundamentação histórica ou sociológica. Segundo, se por um lado podemos verificar tendências na direção em que ele aponta, podemos registrar, concomitantemente, fortes tendências na direção inversa. Se a rede de proteção das contradições sistêmicas oferecida pelo Estado ao indivíduo tem sofrido ataques nos últimos anos é bom lembrar que na época histórica a que genericamente se refere Bauman, em que o princípio do prazer não era ainda o princípio da realidade, sequer existia qualquer tipo de proteção. É bom lembrar que o Estado do bem-estar social surgiu justamente como forma de proteção aos desequilíbrios sistêmicos do capitalismo praticados por sociedades capitalistas. [...] uma terceira objeção é: quem é esse agente social que vive sobre a égide do princípio do prazer? Uma rápida encuesta sociológica nos indicaria, sem qualquer dificuldade, interpretações bastante distintas acerca da motivação e de como as pessoas interpretam o mundo e suas ações que soariam bastante distintas das que Bauman julga que elas o fazem. BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p.47-48.

autores com uma teoria sobre a sociedade de consumo e sobre o consumo, “ou seja, uma teoria sobre a natureza da realidade na sociedade de consumo e outra sobre por que consumimos – ambas claramente discerníveis uma da outra, embora coerentes e intimamente interligadas”.¹⁹⁶

Campbell¹⁹⁷ parte das mesmas premissas que Bauman¹⁹⁸: 1) a emoção e o desejo são elementos importantes do consumismo moderno e ocupam lugar de destaque na nossa subjetividade, razão pela qual procuramos mais a gratificação dos mesmos do que propriamente a satisfação de necessidades; 2) o seu caráter irrestritamente individualista. A ideologia individualista potencializa o direito dos indivíduos quanto à escolha dos bens e serviços que desejam obter. As necessidades das pessoas podem ser objetivamente determinadas, mas os nossos desejos só podem ser subjetivamente identificados.

A proximidade desses autores, segundo Barbosa¹⁹⁹, acontece somente no que diz respeito às duas características básicas da sociedade de consumo. Quanto ao significado atribuído a tais características e sua fundamentação sociológica, há total divergência.

Campbell se afasta sensivelmente de Bauman, que, como já vimos, ressalta o “caráter negativo” do consumismo moderno. Ao contrário desse, o primeiro entende que o consumismo moderno constitui uma atividade por meio da qual os indivíduos conseguem resolver a tão exacerbada “crise de identidade” que vem sendo discutida pelos pós-modernos.

Barbosa²⁰⁰ mostra todo o caminho percorrido pelo autor para chegar a essa e outras importantes conclusões e declara que “a interpretação de Campbell encaminha melhor alguns problemas que parecem patinar em outros contextos teóricos”²⁰¹.

¹⁹⁵ Suas ideias estão sintetizadas no hoje clássico “A ética romântica e o espírito do consumismo moderno” e no artigo “*I shop therefore I know that I am: The Metaphysical Basis of Modern Consumerism*” (Eu compro logo sei que existo: as bases metafísicas do consumismo moderno). BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 49.

¹⁹⁶ Ibidem, p.49.

¹⁹⁷ CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

¹⁹⁸ BAUMAN, Z. **Consuming Life**. In: Journal of consumer Culture. Londres: sage publications, 2001, vol. 1, n.1.

¹⁹⁹ BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p.46.

²⁰⁰ Idem.

²⁰¹ Ibidem, p.54.

Ficam aqui, intencionalmente, algumas das provocações que nos levaram a repensar conceitos e a “arriscar”, depois do nosso contato com Campbell e Barbosa:

devo, por uma defesa intransigente de uma perspectiva teórica, continuar ignorando o que as pessoas dizem a respeito dos seus próprios hábitos, valores e concepções? Devo ignorar, também, que as pessoas manipulam ativa e simbolicamente os produtos e serviços que adquirem a partir de seus próprios desejos? Ou devo arrogantemente afirmar que elas não sabem que estão sendo enganadas, porque não possuem a informação que eu, intelectual, possuo? [...] Não são os anunciantes eles mesmos consumidores de uma sociedade de consumo caracterizada por um tipo de hedonismo auto-alusivo? Poderiam eles maquiavelicamente escapar do mundo no qual se encontram? [...] Que tipo de indivíduo consciente e livre é o consumidor moderno que exercita sua reflexividade para algumas coisas e não para todas?”²⁰²

Talvez devamos considerar também perspectivas, como por exemplo, a de que “o verdadeiro local da nossa identidade deve ser encontrado não nos produtos que consumimos ou naquilo que possuímos, mas na nossa reação a eles. [...] É observando o que gostamos e detestamos, que vamos descobrindo quem verdadeiramente somos”²⁰³.

Nesse primeiro capítulo, interessou-nos, sobretudo, fornecer, em aspectos gerais, um panorama sobre a cultura de consumo, suas teorias e sobre os estilos de vida que podem ser formados no interior das sociedades de consumo. Para encerrá-lo, transcrevemos o discurso de Mancebo²⁰⁴, acatando-lhe as advertências e orientações e adotando o mesmo procedimento quanto à temática lazer.

Muitas hipóteses são levantadas para os intercâmbios feitos pelos homens: consumimos para satisfazer necessidades fixadas culturalmente, para nos distinguirmos dos demais, para realizar desejos, para fixar nossa posição no mundo, para controlar o fluxo errático dos significados, para obter certa constância ou segurança, para ampliar a tão rebaixada cidadania. São complexos, portanto, os destinos contemporâneos das mercadorias, ao menos sob a pena dos analisadores teóricos e pesquisadores. De fato, a temática do consumo e da cultura de consumo nunca foi tão analisada como nos dias que correm, localizando-se no embricamento das discussões culturais e econômicas, políticas, sociais e psicológicas, no entanto, da indústria do entretenimento ao consumo estético da mercadoria, seja por sua imagem, por sua utilidade imediata, pelas emoções que desperta ou ainda, pelas diferenciações que pode proporcionar às diversas tribos de consumidores,

²⁰² Ibidem, p.54-55.

²⁰³ Ibidem, p.55.

²⁰⁴ MANCEBO, D. et al. **Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas.** In Estudos de Psicologia, 2002.

ainda se fazem necessárias muitas pesquisas e análises. Para finalizar, [...] sobressaíram duas advertências para o prosseguimento dos estudos. A primeira refere-se à impossibilidade da análise de tal temática em si, desvinculada de suas múltiplas tangências, com aspectos econômicos, políticos, históricos, sociais, culturais e psicológicos. Por fim, é preciso não ceder à força das teorias. Se elas são importantes ferramentas para se pensar a complexidade do social – no qual o consumo dispõe de peso significativo – é preciso o recurso ao exame empírico, em espaços sociais concretos e a capacidade de se deixar surpreender com as contingências que as investigações possam oferecer.²⁰⁵

Não pretendendo, de forma alguma, nos incluir dentre os defensores da ética puritana, queremos expressar nossa ponderação: se tudo pode ser consumido – inclusive o tempo e o lazer que, virtualmente, estão à nossa disposição para serem por nós obtidos e desfrutados em troca de algum outro bem de que dispomos – também a pessoa na qual cada um de nós poderia se constituir torna-se consumível/consumida em todos os sentidos que possam ser atribuídos aos referidos termos por conta do “consumo” irrefletido dessa ideia.

No próximo capítulo, apresentaremos ao leitor a transcrição das ideias preconizadas por Veblen, Elias e Dunning a respeito das práticas de lazer e do consumo de bens culturais. Em suas obras encontramos importante respaldo teórico para o trabalho empírico a que nos propusemos. Suas proposições, formulações e conceitos foram fundamentais na orientação e desdobramento da análise dos dados coletados, na discussão dos mesmos, além de contribuírem para a construção do percurso e na condução de todo o processo de investigação.

²⁰⁵ Ibidem, p. 331.

CAPÍTULO 2. SOBRE A NATUREZA E O COMPORTAMENTO HUMANOS QUANTO AO CONSUMO DO LAZER E DE BENS CULTURAIS

2.1. O CONSUMO DO ESPORTE E DO LAZER E AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DE VEBLEN: DESVENDANDO MOTIVAÇÕES

Ressaltamos a relevância e a atualidade da obra de Thorstein Bunde Veblen (1857 – 1929), “A Teoria da Classe Ociosa: um estudo econômico das instituições”, publicada em 1899, como importante referencial teórico em estudos acerca do consumo de bens materiais e culturais. A referida obra tem sido fonte de pesquisa e objeto de reflexão para muitos autores brasileiros. Foi por meio dela que os conceitos de ócio e consumo conspícuos foram difundidos e passaram a fazer parte dos discursos de alguns pesquisadores da área da Educação Física que utilizam autores das ciências sociais.

De início, é preciso esclarecer que esta obra de Veblen é um estudo econômico, como ele próprio enfatiza, não só no subtítulo, mas no decorrer de suas considerações a respeito dos diversos temas ou assuntos nela abordados. Exemplificamos.

Este estudo não tem por objeto os primórdios da indolência nem o aparecimento de artigos úteis para o consumo individual. Seu objeto é a origem e natureza de uma classe ociosa convencional, de um lado e, de outro, o início da propriedade individual, como um direito convencional ou um apelo a seu reconhecimento.²⁰⁶

Sales de Oliveira chama a atenção para essa questão:

[...] talvez, um destes imprevistos pudesse estar na enorme acolhida que a obra alcançou entre estudiosos do lazer, tornando-se referência obrigatória na área. Não, evidentemente, que isso fosse imerecido e sim que não foi nesta direção que a obra foi concebida. Não é ela, em termos próprios, uma reflexão do lazer. Já no subtítulo, o autor especifica tratar-se de um estudo econômico, embora nem todo editor tenha zelado para preservar este registro.²⁰⁷

²⁰⁶ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974, p. 289.

²⁰⁷ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen e a Sociologia do Lazer**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995, p.23.

Não podemos deixar de valorizar a estratégia utilizada por Sales de Oliveira na recepção que faz da obra, confrontando o texto traduzido com sua versão original a fim de evitar equívocos de interpretação, em função de problemas de tradução que pudessem comprometer as ideias originais de Veblen.

Carmo²⁰⁸ aponta uma situação em que, segundo ele, um equívoco de interpretação, teria levado Joffre Dumazedier, em “Sociologia Empírica do Lazer”, a responsabilizar Veblen pela confusão entre conceitos de lazer e ócio, alegando que o lazer supõe a existência de trabalho profissional e o ócio o nega. Com razão, Carmo argumenta que, para Veblen, lazer e ócio são sinônimos, de forma que a crítica de Dumazedier seria resultado de uma leitura pouco cuidadosa.

De acordo com Sales de Oliveira²⁰⁹, a obra pontua temas vinculados à estratificação e mobilidades sociais, ao surgimento da instituição da classe ociosa, bem como às relações destas questões com a consolidação da propriedade privada.

Para o autor²¹⁰, a valorização do lazer no texto de Veblen se revela antes na construção teórico-metodológica do que nos enunciados. Se não se trata de um estudo do lazer e sim de instituições sociais nos Estados Unidos, em fins do século XIX, pondera, também não deixa de ser relevante perceber que foi graças à visibilidade proporcionada pelo consumo improdutivo do tempo (ou seja, do lazer para Veblen) que sua tese pode ser construída. E isso faz do esporte e do lazer campos propícios para o desvelamento de questões sociais, dissociados do trabalho.

Transitando por diferentes estágios culturais, sem marcas temporais precisas, Veblen²¹¹ demonstra como ocorreu esse processo. Conforme o autor,

²⁰⁸ CARMO, G. C. M. **Do ócio de Veblen ao controle das emoções de Elias: possíveis enfoques para uma interpretação do lazer**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. SP, Campinas: 2002.

²⁰⁹ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen e a Sociologia do Lazer**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995.

²¹⁰ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen, o ócio como emblema social**. In: **Lazer e Ciências Sociais, Diálogos pertinentes**. Organização: Heloísa Bruhns. São Paulo; Coleção Lazer, Esporte e Sociedade; Chronos: 2002.

²¹¹ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

a sociedade humana, durante sua evolução, passou por quatro estágios culturais: selvageria pacífica, bárbara, predatória e pecuniária.

Segundo Carmo²¹², o estágio cultural denominado selvageria pacífica caracteriza-se pela prevalência de princípios de cooperação e solidariedade; não há propriedade privada em nenhuma estrutura de classe; o desenvolvimento humano é restringido em função do baixo nível de desenvolvimento tecnológico e econômico e as descobertas resultam da experiência. A fase do bárbaro tem início com o aparecimento de tribos e com a acumulação de riqueza através da agressão e da violência (guerras e pilhagens). Neste estágio a sociedade é governada por lucros a curto prazo. Não se produz em excesso devido ao baixo controle sobre a natureza. São poucas as possibilidades de lazer. O cotidiano resume-se na luta pela sobrevivência e surge o sistema de classes. A fase predatória é marcada pela propriedade de escravos e a propriedade privada. Ainda se observa características da fase bárbara. Há um aumento na população, desenvolve-se a agricultura e surge a classe ociosa, consolidando sua posição pelo desenvolvimento de atividades “honoríficas” (guerras, religião, governo e esportes). Carmo ainda afirma que na fase pecuniária a economia é movida pelo dinheiro; a classe de serviços se desenvolve e o lazer é entendido como consumo não produtivo de tempo.

Mesmo nos primeiros estágios da cultura bárbara, apesar de não se encontrar a classe ociosa claramente definida, os usos, motivos e circunstâncias que resultaram na sua instituição, anunciavam o início de sua evolução. Já existia diferenciação de funções, que era a base de uma estratificação social. Naqueles estágios a classe superior ainda estava, de alguma forma, vinculada ao trabalho.

A diferenciação econômica era marcada pela distinção (de caráter competitivo) entre as ocupações femininas e masculinas. Por costume inabalável, enfatiza Veblen²¹³, as mulheres eram forçadas às tarefas que, no estágio seguinte, seriam as ocupações industriais. Os homens se ocupavam da

²¹² CARMO, G. C. M. **Do ócio de Veblen ao controle das emoções de Elias: possíveis enfoques para uma interpretação do lazer**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. SP, Campinas: 2002.

²¹³ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

guerra, da caça, dos esportes e rituais de devoção. Explica que na cultura bárbara mais primitiva, apesar de os trabalhos feminino e masculino contribuírem igualmente para a subsistência do grupo, de o trabalho dos homens ter o mesmo caráter produtivo do trabalho das mulheres, não era assim considerado aos olhos deles e da comunidade. Para aquelas tribos, o trabalho masculino era honroso. O esforço da caça, que envolvia proeza, não podia ser igualado às atividades rotineiras das mulheres.

Infere-se daí, que uma atividade tem o significado que a ela atribui tanto o indivíduo quanto a sociedade da qual faz parte.

Esse senso profundo de disparidade entre o trabalho masculino e feminino, essa discriminação nas ocupações estará presente na divisão em classes – uma ociosa e uma trabalhadora – na cultura bárbara mais alta. As funções dessas mulheres correspondem àquelas que, em estágios mais avançados, viriam a ser as industriais (desempenhadas pela classe inferior). Já as funções masculinas subsistiriam nas tarefas classificadas como não industriais.

É importante ressaltar que, para o autor, do mesmo modo que a divisão de classes resulta da distinção entre trabalho feminino e masculino – nos estágios iniciais do barbarismo – a forma mais primitiva de propriedade seria a dos homens capazes sobre as mulheres.

O autor menciona, também, a existência de grupos que apresentavam traços de selvageria primitiva: uma cultura diferenciada das comunidades bárbaras – em seu modo de vida – pela ausência de uma classe ociosa e da atitude espiritual em que se apóia a sua instituição. Tais grupos eram pacíficos, sedentários, e não tinham a propriedade como traço dominante.

Veblen²¹⁴ aponta que a ausência da classe ociosa e das condições necessárias ao surgimento dela nessas comunidades indica que o seu surgimento – gradual – se deu durante a transição da selvageria para o barbarismo (de um modo de vida pacífico para um modo de vida guerreiro).

O ponto de partida da sua análise é a sociedade norte-americana no final do século XIX. Segundo ele, mesmo numa moderna comunidade

²¹⁴ Idem.

industrial, a diferença indicada ainda persistia como preconceito corriqueiro – o que se comprovava, afirma, pela aversão que se tinha às tarefas servis.

Para o autor, os princípios que regem o estilo de vida das classes ociosas estão presentes na história das sociedades, mudando apenas a forma de expressão, em razão do interesse dominante do tempo que os focaliza.

Nos primeiros estágios da cultura, a força física do indivíduo era muito importante para seu modo de vida. Por isso esse elemento era valorizado. Tanto que, aliado ao temperamento, influenciou na divisão do trabalho. A caça e a luta – de natureza predatória – eram atividades ligadas à proeza, ao espetacular. Assim, o trabalho masculino não tinha caráter produtivo, mas correspondia à aquisição pela força de substância nova. E uma vez assim estabelecido, qualquer atividade que não envolvesse proeza tornava-se indigna do homem por não ser honrosa. Firmada a tradição, o senso comum da comunidade passava a aceitá-la como regra de conduta. Da mesma forma, as tarefas que não denotavam proeza ou que implicavam subserviência ou submissão eram consideradas indignas. A função de moldar a matéria (trabalho assíduo, uniforme, rotineiro) não exigia proeza. Fica claro que a discriminação entre as classes coincide com a discriminação entre os sexos. Segundo Veblen²¹⁵, tal discriminação era ofensiva e injusta, principalmente pela conotação desagradável que ganhava o trabalho.

Sempre e em toda parte prevalece necessariamente um hábito particular de se distinguir e classificar os vários fins e direções da atividade social, porque tal hábito é indispensável na consecução de uma teoria ou esquema exequível de vida. Um determinado ponto de vista ou a característica específica que é tomada como definitiva na classificação dos fatos de vida, dependem do interesse que preside à discriminação de tais fatos. É claro, portanto, que os fundamentos de determinada discriminação e o critério na classificação dos fatos mudam à medida que a cultura evolui; isso porque muda o fim em função do qual se apreendem tais fatos, mudando o ponto de vista dominante. Em suma, os traços salientes e decisivos de um tipo de atividade ou de uma classe social num determinado estágio de cultura não terão a mesma importância relativa para os fins de classificação num estágio subsequente.²¹⁶

Ele esclarece que a mudança de padrões e pontos de vista é gradual, sendo que os mesmos dificilmente são, de todo, eliminados. A discriminação percebida pelo autor em sua sociedade seria a manifestação da forma

²¹⁵ Idem.

²¹⁶ Ibidem, p. 283.

transformada daquela entre proeza espetacular e trabalho desagradável e rotineiro dos primeiros estágios da cultura bárbara. A guerra, a política, o culto público e os espetáculos populares, na sua época (há apenas um século), continuavam sendo consideradas atividades não produtivas.

Em sua análise, o autor nota que os conceitos de dignidade, valia e honra – aplicados a determinados indivíduos ou determinadas atividades – eram fundamentais no tocante ao desenvolvimento das classes e também ao desenvolvimento das diferenças entre elas. E para explicar a origem e a significação daqueles símbolos de *status*, assim expôs seu fundamento psicológico:

O homem por necessidade seletiva é um agente. Ele se vê a si próprio como o centro do desenrolar de uma atividade impulsiva, de uma atividade “teleológica”. Ele é um agente que em cada ato procura a realização de algum fim concreto, objetivo, impessoal. Sendo um tal agente, ele tem preferência por atividade eficaz e repugnância por esforço fútil; sente o mérito da eficiência e o demérito da futilidade, do desperdício, da incapacidade. Esta atitude ou propensão pode-se denominar de instinto de artesanato. Sempre que as circunstâncias ou as tradições de vida levam a uma comparação habitual entre indivíduos, no tocante à eficiência, o instinto de artesanato resulta em emulação ou disputa entre eles. A extensão deste resultado depende, de modo considerável, do temperamento da população. Nas comunidades em que usualmente se fazem tais comparações, o sucesso se torna em si mesmo, desejável pela sua utilidade como base de estima social. O indivíduo ganha estima e evita censura tornando bem evidente a sua eficiência. O resultado é que o instinto de artesanato produz demonstração emulativa de força.²¹⁷

A compreensão desse fundamento é também necessária porque dela decorrem reflexões importantes sobre o tema que abordamos no presente trabalho.

Monastério²¹⁸ considera que a análise do comportamento humano feita por Veblen consiste em uma das mais relevantes contribuições para a teoria econômica. De acordo com ele, na abordagem vebleniana, uma análise do comportamento humano deve incorporar estas duas formas de relação: a razão suficiente e a causa eficiente. Em sentido equivalente, afirma, a conduta humana é motivada por fatores racionais e habituais, conjuntamente. Nessa concepção de homem, os elementos que o compõem (instintos, hábitos e racionalidade) estão interligados.

²¹⁷ Ibidem, p.286.

²¹⁸ MONASTÉRIO. L. M. **Veblen e o Comportamento Humano: uma avaliação após um século de “A Teoria da Classe Ociosa”**. UNISINOS. Ano 3, nº42, 2005.

Sales de Oliveira²¹⁹ definiu as propensões que Veblen denominou também de instinto de artesanato:

Trata-se da propensão íntima dos homens em selecionar e agir, discernindo bem os esforços que geram futilidades das práticas eficientes, aquelas capazes de por em evidência as proezas e, assim, de granjear respeito e aumentar a auto-estima. O instinto de artesanato produz, então, uma emulação de força, que se realiza, entretanto, de diferentes modos, conforme o estágio cultural de cada comunidade.²²⁰

Depreende-se daí que, em qualquer sociedade, a atividade do homem visa evidenciar sua eficiência.

Naquelas comunidades, habitualmente pacíficas, num estágio primitivo de desenvolvimento social, já que o mesmo não tinha um sistema desenvolvido de propriedade privada, o indivíduo mostrava eficiência cooperando para melhorar a vida do grupo. Só havia oportunidade e o estímulo à emulação em serviço industrial.

Quando a comunidade pacífica se tornou predatória, as condições de emulação se modificaram, a comparação tornou-se mais impiedosa e, ao mesmo tempo, cada vez mais aceita. Os sinais visíveis da proeza foram internalizados. Como a ação agressiva era a mais valorizada, os despojos simbolizavam o ato da agressão. A posse de objetos úteis e serviços obtidos pela força ou fraude eram considerados dignos enquanto o trabalho produtivo e a prestação de serviço a alguém eram deméritos. O trabalho assumiu um caráter desagradável pela indignidade que simbolizava.

Veblen²²¹ supõe que sempre tenha existido luta, inclusive nos estágios mais primitivos de desenvolvimento social. Na transição do estágio pacífico para o subsequente, a guerra passa a ser aceita e valorizada. Os hábitos dos grupos primitivos o comprovam. As lutas são acentuadas pela natureza humana, diz ele.

Diante da possibilidade de objeções quanto à existência de um suposto estágio inicial de vida pacífica, o autor esclarece que se referia à existência de

²¹⁹ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen e a Sociologia do Lazer**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995.

²²⁰ Ibidem, p. 24.

²²¹ VEBLER, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

um estado de espírito habitualmente belicoso, a um hábito dominante de ver sob a ótica da luta.

Caracteriza como pacífica a vida de um grupo em cujo pensamento a luta habitual não é um traço dominante. Um grupo pode ou não adotar uma atitude predatória; mas uma vez adotada, o seu esquema de vida será o predatório. Gradualmente aumentarão aptidões, hábitos e tradições predatórias, devido às mudanças de vida no grupo e de circunstâncias que reproduzem a preferência desse modo de vida ao modo de vida pacífica.

Segundo o autor, de acordo com a teoria econômica, o objetivo da aquisição e acúmulo de bens seria a subsistência (consumo ou a satisfação de necessidades físicas e espirituais). Para ele, entretanto, “o motivo que está na base da propriedade é a emulação”²²². Na sociedade industrial, a posse da riqueza conferia honra. Isso quer dizer que ocorreu uma mudança psicológica: os hábitos dos seres humanos voltaram-se para a acumulação de bens porque isso era sinônimo de sucesso.

Sendo a propriedade a base da estima popular, tornou-se também elemento indispensável ao respeito próprio. Afirma Veblen²²³ que, devido à sua natureza, o homem não se conformaria com o aumento geral de riqueza na comunidade que fosse suficiente para satisfazer as necessidades de todos, pois suas necessidades individuais refletem sempre o desejo de sobrepujar os demais, a fim de ostentar sua honorabilidade. Essa luta tem como base uma comparação odiosa de prestígio entre indivíduos. Conforme o autor, “comparação odiosa é o processo de estimativa das pessoas relativamente ao seu valor”²²⁴.

De acordo com Monastério²²⁵, Veblen sustenta que as instituições têm um papel coercivo sobre a conduta dos indivíduos. A influência das instituições sobre o comportamento individual ocorre por dois canais: impondo normas sociais que restringem sua conduta e agindo sobre os desejos dos agentes. O agente, ao buscar aceitação do grupo social em que está inserido, tem um comportamento restringido pelas normas em vigor. As instituições que não são

²²² Ibidem, p. 291.

²²³ Idem.

²²⁴ Ibidem, p. 295.

²²⁵ MONASTÉRIO. L. M. **Veblen e o Comportamento Humano: uma avaliação após um século de “A Teoria da Classe Ociosa”**. UNISINOS. Ano 3, nº42, 2005, p.6.

neutras quanto à formação das preferências, influenciam a formação dos desejos dos indivíduos. O desejo de cada agente seria o resultado de suas características inatas e da sua experiência de vida que se realizam dentro de uma malha institucional e de circunstâncias materiais.

Resumindo, Veblen²²⁶ apontou para a importância das instituições na conduta humana e para o papel dos hábitos no processo decisório individual. As instituições estariam como que se internalizando à medida que forjam as preferências individuais.

A relação entre as instituições e a racionalidade, efetiva-se dessa maneira não só mediante as restrições impostas pelas normas sociais, mas também mediante esses mecanismos de internalização.

No estágio subsequente (de atividade quase-pacífica) o sustento do grupo deixou de depender de atividades (como a caça) que remetiam aos elementos citados. A riqueza tornou-se, então, o fator importante de diferenciação social e a emulação passou a envolver esse elemento. Foi no momento dessa transição (de um estágio predatório para o pecuniário) que se deu a instituição da classe ociosa de forma consumada, apresentando como traço característico a isenção conspícua de todo trabalho útil.

Segundo ele, para essa classe constituída de indivíduos que, por opção, podiam se isentar do trabalho útil, a riqueza e o ócio não eram desejados apenas por si, para a satisfação das necessidades físicas e espirituais; o objetivo maior era ostentá-los para conseguir uma posição honorífica na sociedade. Era preciso evidenciar tal riqueza ou poder aos olhos dos outros se abstendo de todo e qualquer trabalho útil, de qualquer atividade relacionada à produtividade econômica. E para sentir-se satisfeito, o indivíduo da classe ociosa tinha de viver em ambiente decente, ocupando-se de atividades compatíveis com uma vida mental elevada.

É importante pontuar aqui como era entendido por Veblen o ócio. Diz ele: “o termo ócio, na conotação que tem neste estudo, não implica indolência ou quiescência”²²⁷. Significa simplesmente tempo gasto em atividade não-produtiva.

²²⁶ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

²²⁷ Ibidem, p.300.

Em cada estágio de desenvolvimento, conforme esclarece o autor, a prova do trabalho produtivo corresponde a um determinado bem material (um artigo de consumo, geralmente). Em se tratando do ócio, assume a forma de bens imateriais: talentos, habilidades, conhecimentos e capacidades. O caráter honorífico das atividades não produtivas pode ser associado aos talentos, habilidades, conhecimentos e capacidades reconhecidamente próprios dos membros da classe ociosa, porque eram adquiridos e aprimorados à custa do emprego de tempo, de esforço e de dinheiro. O conhecimento de línguas mortas, o conhecimento do vestuário, da mobília, as boas maneiras, o conhecimento da música e de outras artes, da linguagem, o hábito da boa educação, os jogos, os esportes, todas essas práticas eram sinais de “bom nascimento”, pois pressupunham o dispêndio de energia, tempo e dinheiro que aqueles que se ocupavam do trabalho produtivo não tinham.

Para mostrar o seu distanciamento das classes inferiores, a classe ociosa acabou por cultivar o gosto pelo aprendizado, visando um comportamento cada vez mais requintado e se especializou quanto à qualidade dos bens (imateriais e materiais) a serem consumidos, impondo seu padrão como referência de bom gosto e de distinção.

Quando uma categoria de indivíduos pode, por livre arbítrio, abster-se do trabalho útil, a riqueza e o lazer são desejados, acima de tudo, com o intuito de ostentação. O consumo, portanto, corresponde cada vez menos à necessidade material e cada vez mais à busca por *status* social.

Sobre o consumo conspícuo, assim se expressa Sales de Oliveira²²⁸:

expressão notabilizada por Veblen, que serve para designar os gastos subordinados à ostentação, marca de um estilo de vida desvinculado da produtividade econômica. Não deve ser confundido com “gastos supérfluos”, pois o que rege este consumo é a expressão de “propósitos ostensivos”, “símbolos reafirmadores” de uma dada condição social. Ademais, num estágio ulterior da evolução cultural, denominado quase pacífico, e graças ao concurso do instinto de artesanato, o uso do lazer em coisas fúteis foi muito criticado em nome do *otium cum dignitate*. A classe ociosa reafirma seu compromisso com os signos prestigiosos e, portanto, com valores práticos já consagrados. Não se interessa por uma posição de vanguarda, mas quer agora moldar sua imagem associada a signos de qualidade, transformando atividades tidas como supérfluas em algo que contenha algum propósito útil.²²⁹

²²⁸ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen e a Sociologia do Lazer**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995.

²²⁹ Idem, p. 25.

Para Gebara²³⁰,

o livro de Veblen tornou-se célebre pela sua teoria sobre o consumo conspícuo, isto significa que o consumo de qualquer bem, desde os saques pré-históricos, servem basicamente para manter o prestígio social, o *status*. Uma ironia do capitalismo é que as pessoas que ocupam o topo em um sistema que depende do crescimento das empresas produtoras de mercadorias, expressam sua posição social afastando-se das atividades que signifiquem trabalho, de fato as pessoas efetivamente se ocupam com a exibição conspícua de lazer e diletantismo produzidos pelo trabalho de tantas outras pessoas. Este é o núcleo do pensamento de Veblen em “A Teoria da Classe Ociosa”.²³¹

Gebara²³² comenta que – apesar de Veblen ter sido difamado em Chicago por causa de suas ideias – sua teoria foi adaptada e que, segundo Adorno, teria sido uma forma de desarmar uma oposição perigosa pela sua recepção. E, concordando com a afirmação de Adorno, escreve:

Sem dúvida, a proposição básica de Veblen tem uma natureza devastadora: os ociosos são sempre os poderosos, criam e mercantilizam o significado de seu próprio ócio, nesta medida reconstruindo a cultura, constroem a indústria cultural.²³³

Gebara²³⁴ menciona o fato de Veblen ter apontado precocemente para a falsa individualidade das coisas e indicado as relações de poder construídas no interior de processos culturais, considerando isso uma importante conquista para a análise do esporte e do lazer. A cultura em sua obra surge como propaganda e exibição de poder, roubo e lucro. Um dos fenômenos que não escapa à sua crítica é o esporte, caracterizado como erupção da violência, da opressão e do espírito predatório.

Segundo Gebara²³⁵, Veblen entedia que o consumo de qualquer bem ou serviço, desde os saques pré-históricos, servem para manter o prestígio social, o *status*. É uma forma de demonstrar a posse de poder e riqueza, a fim de angariar a respeitabilidade. Em outras palavras, o que Veblen denominou de consumo conspícuo, tem por objetivo principal demonstrar a possibilidade de

²³⁰ GEBARA, A. **Veblen, Adorno e as Bicicletas**. In: VIII Congresso Brasileiro de História da Educação Física, Lazer e Dança. *Coletânea*. Ponta Grossa: Departamento de Educação Física, Departamento de História e Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas, nov. 2002.

²³¹ Ibidem, p1.

²³² Idem.

²³³ Ibidem, p. 2.

²³⁴ Idem.

²³⁵ Idem.

gastar com objetos e/ou atividades que não sejam consideradas uma necessidade real, mas que satisfaçam desejos e correspondam a um estilo de vida que seja considerado pela sociedade como de bom gosto, culturalmente favorecido e capaz de indicar em que classe social o indivíduo encontra-se inserido.

Veblen²³⁶ chama a atenção para o fato de que nas modernas comunidades industriais, a classe ociosa estava no topo da estrutura social, sendo a mais considerada. Logo, o seu modo de vida e seus padrões de valores ditavam a toda comunidade as normas da boa reputação. Observar tais padrões passava a ser incumbência de todas as demais classes inferiores da escala. Assim, na tentativa de “imitar” o estilo de vida da camada social imediatamente superior à sua, o chefe de família da baixa classe média, por exemplo, obrigava-se, por força das circunstâncias econômicas, a trabalhar excessivamente para garantir o ócio e o consumo pela esposa e filhos em nome da sua boa reputação. De acordo com a análise do autor, até mesmo nas classes mais pobres, beirando à indigência, as mulheres ainda conservavam a prática do consumo, apesar da impossibilidade de ócio.

Afirma que havia outros padrões de boa reputação e outros princípios que poderiam determinar a conduta que não a riqueza e suas manifestações. Como exemplo, cita a comparação invejosa nas manifestações de força moral, física, intelectual ou estética – que apesar de diferentes quanto à forma não o eram em substância, uma vez que se relacionavam diretamente ao pecuniário. Alguns desses padrões e princípios acentuariam ou restringiriam a ampla regra fundamental do consumo conspícuo.

De qualquer forma, Veblen²³⁷ foi capaz de prever o surgimento futuro de uma sociedade altamente consumista – a atual sociedade de consumo.

Na comunidade moderna há também uma freqüência mais assídua de grandes reuniões de gente que desconhece o nosso modo de vida, em lugares tais como a igreja, o teatro, o salão de baile, os hotéis, os parques, as lojas e semelhantes. A fim de impressionar esses observadores efêmeros e a fim de manter a satisfação própria em face da observação deles, a marca da força pecuniária das pessoas deve ser gravada em caracteres que mesmo correndo se possa ler. É, portanto, evidente que a presente tendência do

²³⁶VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

²³⁷ Idem.

desenvolvimento vai na direção de aumentar, mais que o ócio, o consumo conspícuo.²³⁸

Veblen²³⁹ relata que durante a cultura “quase-pacífica” o ócio manteve uma posição muito acima do consumo supérfluo de bens como opção de demonstrar superioridade sobre os outros. Daí em diante, o consumo passou à frente e manteve primazia até os seus dias, embora ainda estivesse longe de absorver toda a margem da produção acima de um mínimo de subsistência.

Para ele o relativo declínio observado no uso do ócio conspícuo como base de boa reputação, resultou não só do relativo aumento de eficácia no consumo como prova de riqueza, mas também de outro fator, presente em todos os homens: o instinto de artesanato, considerado, em certa medida, uma força que se opunha ao exercício do dispêndio conspícuo. Isso quer dizer que o instinto de artesanato passou a moldar a opinião dos homens sobre o que tinha mérito ou não. Como consequência ocorreu uma mudança (principalmente de forma) no ócio conspícuo praticado pela classe ociosa moderna em relação àquela classe ociosa da fase “quase-pacífica”. A energia que primeiro tinha vazão na atividade predatória seria dirigida para algum fim ostensivamente útil, pois o ócio ostensivamente inútil passara a ser condenado. Entretanto, aquela regra de boa reputação que desaprovava todo o emprego voltado ao esforço produtivo, ainda não permitiria qualquer emprego substancialmente útil ou produtivo. A solução era, então, recorrer ao fictício. E junto com a ficção do emprego útil, segundo Veblen, estaria presente na atividade da classe ociosa um elemento mais ou menos apreciável de esforço útil dirigido para algum fim importante.

Um dos aspectos que não podem passar despercebidos na obra de Veblen, de acordo com a leitura de Sales de Oliveira²⁴⁰, é a desvinculação entre aquilo que uma determinada racionalidade administrativa define como útil e supérfluo e a necessidade percebida pelos homens em sua vida diária. Assim, num artigo que, aparentemente, seria apenas de ostentação, poderíamos encontrar propósitos de utilidade – ocorrendo também o inverso.

²³⁸ Ibidem, p. 321.

²³⁹ Idem.

²⁴⁰ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen, o ócio como emblema social**. In: **Lazer e Ciências Sociais, Diálogos pertinentes**. Organização: Heloísa Bruhns. São Paulo; Coleção Lazer, Esporte e Sociedade; Chronos: 2002.

Veblen²⁴¹ destaca que o dispêndio conspícuo diz respeito ao gasto com coisas supérfluas, pois não haveria mérito em consumir apenas coisas necessárias à vida. Para explicar o sentido que quer dar ao termo supérfluo, explicita-o.

O emprego do termo “supérfluo” é a certos respeitos infeliz. Tal como é empregado na vida cotidiana, traz um timbre de condenação. É usado aqui à falta de um termo melhor, que descreva adequadamente a mesma série de motivos e fenômenos, e não deve ser tomado num sentido odioso, como se implicasse um dispêndio ilegítimo de produtos ou de vida humanos. De conformidade com a teoria econômica, o dispêndio em questão não é mais nem menos legítimo do que qualquer outro. Aqui se denomina “supérfluo”, porque esse dispêndio não serve à vida humana ou ao bem estar do homem em sua totalidade, não porque seja um desperdício ou um desvio de esforço, ou dispêndio segundo estes se encaram do ponto de vista do consumidor individual que por ele optar. Escolhendo-o, isto encerra a questão da sua relativa utilidade, comparada esta com outras formas de consumo não condenadas por causa da sua superfluidade. Seja qual for a forma preferida de consumo, ou o fim colimado mediante essa preferência, a sua utilidade para o consumidor se baseia na virtude dessa mesma preferência. Do ponto de vista do consumidor individual, a questão do gasto supérfluo não ocorre propriamente no âmbito da teoria econômica. Assim, pois, o emprego da palavra “supérfluo” como termo técnico, não implica condenação dos motivos ou dos fins buscados pelo consumidor sob esta regra de dispêndio conspícuo. Mas em outros setores, é digno de notar-se que o termo “supérfluo”, na linguagem corrente, implica a condenação daquilo que se caracteriza como “gasto supérfluo”. Esta implicação senso-comum é um afloramento do instinto de artesanato. A reprovação popular do gasto supérfluo equivale a dizer que, a fim de estar em paz consigo próprio, o homem comum deve ser capaz de ver em qualquer esforço ou prazer humanos uma intensificação da vida e do bem-estar em sua totalidade. A fim de obter aprovação irrestrita, qualquer fato econômico deve primeiro ser aprovado no teste da sua utilidade impessoal – utilidade do ponto de vista genericamente humano. A vantagem relativa ou competitiva de um indivíduo em comparação com outro não satisfaz a consciência econômica, e, por conseguinte, o dispêndio competitivo não obtém a aprovação da consciência²⁴².

Sales de Oliveira²⁴³ esclarece, ainda, que a posição de Veblen encontra respaldo na teoria dos instintos – que ele define como impulsos humanos para a realização de uma dada finalidade. Os instintos direcionam as vidas humanas, levando-as a agir de forma a superar a equação entre prazer e culpa ou entre custo e benefício. Seria este um meio de conciliar livre curiosidade

²⁴¹ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

²⁴² Ibidem, p. 326-327.

²⁴³ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen, o ócio como emblema social**. In: **Lazer e Ciências Sociais, Diálogos pertinentes**. Organização: Heloísa Bruhns. São Paulo; Coleção Lazer, Esporte e Sociedade; Chronos: 2002.

com pensamento científico, o que conduziria para uma vida social mais harmoniosa.

Veblen²⁴⁴ criticava a teoria econômica tradicional e as práticas de consumo em sua sociedade. Considerava supérfluo qualquer dispêndio que não fosse indispensável à subsistência, ou seja, entendia como supérfluo qualquer dispêndio decorrente de uma comparação pecuniária invejosa, não sendo, para ele, necessário que a pessoa que incorresse em tal dispêndio assim o considerasse. Esclarece que era comum que algum elemento do padrão de vida primariamente supérfluo acabava se tornando na vida do consumidor uma necessidade vital, tornando-se tão indispensável quanto qualquer outro artigo de seu dispêndio habitual. Segundo ele, para a indispensabilidade desse tipo de coisa – depois que o hábito e a convenção tinham se formado – estava posta; pouco importava se o dispêndio era classificado como supérfluo ou não supérfluo na significação técnica da palavra.

Nesse sentido, um gasto “habitual” deveria ser classificado como supérfluo na medida em que o costume sobre o qual repousasse pudesse ser atribuído ao hábito de comparação invejosa, na medida em que só tivessem se tornado habituais e normativos com o apoio do princípio de reputação pecuniária ou sucesso econômico relativo.

Obviamente não é necessário um determinado objeto de dispêndio ser exclusivamente supérfluo a fim de se alinhar na categoria de gasto ostensivo. Um artigo pode ser útil e supérfluo a um tempo, e a sua utilidade para o consumidor pode constar de utilidade e superfluidade nas mais variadas proporções. Os bens consumíveis, e até mesmo os bens produtivos, geralmente revelam os dois elementos combinados, componentes que são da sua utilidade; conquanto, de modo geral, o elemento “superfluidade” tenda a predominar em artigos de consumo, enquanto o contrário é verdadeiro em se tratando de artigos destinados ao uso produtivo. Mesmo nos artigos que à primeira vista parecem servir apenas à pura ostentação, é sempre possível captar a presença de um propósito útil, pelo menos ostensivo; e, por outro lado, mesmo na maquinaria e nas ferramentas inventadas visando a algum processo particular, bem como nos mais grosseiros aparelhos da indústria humana, os traços de consumo conspícuo ou, pelo menos, o hábito da ostentação, usualmente se tornam evidentes em face de um escrutínio mais atento. Seria arriscado afirmar que um propósito útil está sempre ausente da utilidade de qualquer artigo ou serviço, por mais óbvio que seja o desperdício ostensivo do seu propósito original e principal elemento; e seria apenas um pouco menos arriscado afirmar em relação a qualquer produto originalmente

²⁴⁴ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

útil, que o elemento de desperdício nada tenha a ver, imediata ou remotamente, com o seu valor.²⁴⁵

Certamente o exposto serviu de inspiração a Gebara²⁴⁶ na construção do texto “Veblen, Adorno e as Bicicletas”, no qual ele reflete sobre o problema da adaptação do homem ao mundo da técnica industrial e a consequente uniformização do consumo denunciada por Veblen e Adorno.

A crítica de Gebara a Veblen e a Adorno encontra apoio no argumento de Dyson, segundo o qual a ação propulsora do conhecimento pode ser a diversão.²⁴⁷

Afirma Gebara²⁴⁸ que Veblen e Adorno podem ter subestimado inúmeras possibilidades de resistência aos aspectos bárbaros da cultura, e em especial da cultura de massas, exatamente por compartilharem de um certo ceticismo em relação aos processos de aprendizagem e sua relação com as emoções humanas. Para eles, diz Gebara, o consumidor ao se divertir era envolvido por uma rede de dominações induzindo a aspirações minimalistas; isto é, o lazer tornava-se um mecanismo de manipulação dos processos de individualização, uniformizando-os irresistivelmente.

Gebara²⁴⁹ procura destacar pontos que não foram discutidos por Veblen e Adorno, por meio de um simples exemplo do cotidiano das pessoas.

No caso das bicicletas, e de muitas formas de lazer e de esportes, o conhecimento necessário para produzi-los pode estar sendo incorporado concomitante a sua prática. Na verdade o ser humano se emociona aprendendo; ainda que estas emoções possam ser diferenciadas, elas se expressam em múltiplos sentimentos. [...] Andar de bicicletas tem a ver com equilíbrio de um sistema que não apenas se renova tecnologicamente, mas sobretudo mantém seus mais profundos vínculos com o passado, quando as estradas ainda não existiam. Todos os tipos de bicicletas (de uso, de carga, de passeio, *cross*, para não ir muito longe) para todos (homens, mulheres, crianças, duplas) continuam a ser construídas em todos os lugares do mundo. Todas mantêm seu potencial de divertimento, basta pedalar e construir o equilíbrio!²⁵⁰

²⁴⁵ Ibidem, p. 327-328.

²⁴⁶ GEBARA, A. **Veblen, Adorno e as Bicicletas**. In: VIII Congresso Brasileiro de História da Educação Física, Lazer e Dança. *Coletânea*. Ponta Grossa: Departamento de Educação Física, Departamento de História e Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas, nov. 2002.

²⁴⁷ Idem.

²⁴⁸ Idem.

²⁴⁹ Idem.

²⁵⁰ Ibidem, p. 6-7.

Ainda apoiado em Dyson – para quem a integração entre as tecnologias e a vida das pessoas não é um fenômeno isento de contradições e múltiplas direções – Gebara²⁵¹ argumenta que muitas inovações tecnológicas instauradas a partir do comportamento das elites são gradualmente democratizadas e incorporadas como benefício para o restante da população, tratando-se, na verdade, de um modelo de circulação cultural no qual comportamentos e hábitos avançam pelos diferentes agentes sociais, constituindo uma sociedade altamente permeável, na mesma medida em que multiplicam-se configurações de convivência entre seus indivíduos.

Teoricamente todo o desenvolvimento industrial está fundamentado na transformação da ferramenta simples em máquina; o modelo de análise é bem conhecido. O artesão controla suas ferramentas, assumidas como extensões de seus corpos, com seu próprio ritmo de trabalho. Na medida em que se acoplam mecanismos de transmissão (correias, polias) e mecanismos de geração de energia (rodas d'água, geradores elétricos) às ferramentas existentes instaura-se um novo ritmo de trabalho baseado no surgimento das máquinas; daí para a maquinaria e as grandes indústrias foram alguns saltos. A questão é que toda a indústria moderna, assim como todo produto industrial moderno integra-se nessa mesma dinâmica; talvez a bicicleta possa ser uma das exceções; ela não apenas depende de uma fonte de energia humana (bicicletas motorizadas não fizeram sucesso, tão pouco fizeram sentido) como também depende do ritmo e do equilíbrio humano para manter o sistema funcionando. Mais ainda, são sem dúvida um produto de uso das massas, não sei se integrados ao que chamaríamos de indústria cultural, ou de fetiche da mercadoria. Talvez algumas bicicletas usadas pela elite possam ser; será que os milhões de chineses e indianos que estão pedalando nesse momento utilizam ou possuem bicicletas tendo em vista o consumo conspícuo?²⁵²

Concordamos com Gebara no sentido de que é preciso prestar maior atenção ao fato de que o prazer e a diversão constituem-se em aspectos importantes da vida humana, tanto é que as pessoas buscam envolver-se em atividades que possibilitam a vivência desses elementos.

Se admitimos que o ser humano se emociona aprendendo e que nesse processo ele experimenta criatividade, autonomia e autorealização, temos que concordar que a diversão também pode ser ação propulsora do conhecimento, principalmente em se tratando de invenções.

É bom lembrar que, como atividade, o consumo cultural dos membros da classe ociosa não estava necessariamente associado a prazer, diversão ou relaxamento.

²⁵¹ Idem.

²⁵² Ibidem, p. 5.

É também importante enfatizar que a análise de Veblen²⁵³ se deu num contexto social político econômico diferente do atual. No século XIX, a sociedade de consumo, nos termos como a conhecemos hoje, já tinha se estabelecido na França. O luxo e a vontade de consumir preocupavam moralistas e políticos. Existia a divisão entre o desejo de consumir e a culpa causada por esse desejo. O desejo era justificado pela autoridade científica da teoria da evolução, segundo a qual o progresso moral e material eram equiparados. A culpa era consequência dos ensinamentos religiosos e filosóficos, que afirmavam o valor da austeridade.

Apesar de Veblen ter acertado quanto à previsão de uma sociedade cada vez mais consumista, ainda há muito que se descobrir sobre as “reais” motivações de determinados grupos ou indivíduos ao consumirem bens materiais e culturais, conforme já mencionamos no primeiro capítulo.

Ao longo da obra, Veblen²⁵⁴ reforça constantemente a ideia de que o ser humano, movido pela competição, quer sempre mais.

[...] o padrão de vida que em geral governa os nossos esforços, não são os gastos ordinários comuns, já alcançados; é o consumo ideal pouco além do nosso alcance, ou cujo alcance requer um certo esforço. O motivo é a competição – o estímulo de uma comparação individual que nos instiga a sobrepujar aqueles que estamos habituados a considerar como pertencentes à nossa classe. A mesma proposição é substancialmente expressa na observação comum (em voga) de que cada classe inveja e compete com a classe logo acima dela na escala social, enquanto que raramente se compara com a que fica debaixo ou muito acima.²⁵⁵

Veblen²⁵⁶ acrescenta que a mudança dos hábitos populares de pensamento leva tempo. O processo que resulta na alteração da atitude habitual das pessoas seria mais lento onde a mobilidade da população é menor ou onde a distância entre as classes é maior.

A própria classe ociosa elaboraria os princípios por ela ditados às classes inferiores, sendo que as regras da respeitabilidade teriam de adaptar-se às circunstâncias econômicas, às tradições e ao grau da maturidade espiritual daquela classe, cujo esquema de vida pretendia regular.

²⁵³ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

²⁵⁴ Idem.

²⁵⁵ Ibidem, p. 329-330.

²⁵⁶ Idem.

Sobre a formação/aquisição e manutenção dos hábitos individuais, Veblen diz:

A gradação na facilidade com que se formam os diferentes hábitos em diversas pessoas, assim como na relutância em abandoná-los, indica que a formação de hábitos específicos não é simplesmente questão de sua duração. Tendência e características de temperamento, herdadas, valem tanto quanto o tempo de habituação para determinar quais os hábitos que virão a dominar um esquema de vida individual. E o tipo prevalecente das tendências transmitidas ou, em outras palavras, o tipo de temperamento peculiar ao elemento étnico dominante de qualquer comunidade, terá muito o que dizer sobre o escopo e forma de expressão dos hábitos e da vida desta comunidade. Quanto podem as idiossincrasias transmitidas pesar na formação rápida e definitiva dos hábitos de um indivíduo, é ilustrado pela extrema facilidade com que às vezes se forma o hábito predominante do alcoolismo; ou pela igual facilidade e inevitabilidade de formação do hábito de observâncias devotas entre pessoas dotadas de tendências especiais nessa direção. Quase o mesmo sentido se prende àquela facilidade peculiar de adaptação a um estado (ambiente) humano específico, o chamado amor romântico.²⁵⁷

Esclarece o autor que existem diferenças entre os homens no que toca à herança de determinadas tendências ou propensões. E os hábitos derivados de uma tendência específica mais acentuada exercem grande influência sobre o bem-estar individual. Daí a relutância das pessoas em desistir de qualquer artigo habitual de consumo conspícuo, pois que este constitui-se num hábito cuja aquisição é motivada pela competição (comparação individual).

A competição tem origem antiga e constitui-se numa tendência saliente da natureza humana. Esse elemento está presente na aquisição de artigos habituais de consumo conspícuo.

O comportamento dos seres humanos seria habitual, mas também intencional. Dessa forma, suas ações teriam como base um conjunto de hábitos e circunstâncias que lhes dariam significado ao mesmo tempo em que estariam voltadas para alguma mudança.

Segundo Veblen²⁵⁸, o aumento da eficiência industrial possibilitaria, conforme a teoria econômica, a produção de meios de subsistência com menos esforço. Entretanto, para ele, a tendência dos trabalhadores seria a de gastar energia no sentido de produzir mais a fim de atender a demanda da comunidade e aumentar minimamente a própria possibilidade de gastos supérfluos em vez de afrouxar o ritmo para maior comodidade.

²⁵⁷ Ibidem, p. 332.

²⁵⁸ Idem.

Para reforçar o seu ponto de vista a respeito do desenvolvimento tecnológico recorre a uma citação de Mill: “É ainda discutível se todas as invenções mecânicas, até agora feitas, tenham aliviado o labor diário de qualquer ser humano”²⁵⁹.

Uma observação feita por Veblen²⁶⁰ que chamou nossa atenção e que não deve ser ignorada diz respeito à baixa cifra de natalidade, principalmente entre as classes dedicadas à carreira científica, como forma de manter ou alcançar um padrão de vida “decente”. Segundo o autor, por causa da suposta superioridade e exclusividade de seus dotes e talentos, tais classes eram tidas em escala social mais elevada do que o permitiriam as suas condições pecuniárias. As expectativas da comunidade e da própria classe em questão no que diz respeito a seus gastos supérfluos eram maiores do que as reais possibilidades. Como esses indivíduos estariam em constante contato com classes pecuniariamente superiores o padrão de decência pecuniária daqueles infiltrar-se-ia na classe desses cientistas que, conseqüentemente, gastariam a maior proporção dos seus meios com desperdício conspícuo. Em decorrência disso, sobrariam poucos recursos para gastos básicos de manutenção. A provisão de um padrão de vida para os filhos – adequado às expectativas – exigiria grande dispêndio pecuniário. Por isso a ausência ou redução no número de filhos observada nessa classe.

Já vimos que o autor dividia as modernas instituições econômicas em duas categorias distintas: a pecuniária e a industrial. Os empregos próprios da primeira teriam relação com a propriedade ou a aquisição e os da segunda estariam relacionados ao artesanato ou à produção.

Uma vez que, segundo ele, os interesses coletivos de tais comunidades se concentrariam na eficiência industrial, o indivíduo seria útil aos fins da comunidade sendo eficiente nos empregos “produtivos”. E a honestidade, a diligência, a calma, a boa vontade, a ausência de egoísmo entre outras qualidades e características, afirma, melhor serviriam aos interesses coletivos. Entretanto pouco serviriam ao interesse imediato do indivíduo num sistema movido pela competição. Tais traços se opunham aos inerentes à índole bárbara (relacionada a um estágio de desenvolvimento durante o qual teriam

²⁵⁹ Ibidem, p. 333.

²⁶⁰ Idem.

surgido as mencionadas instituições) e, segundo ele, teriam sobrevivido em grau mais elevado na natureza do homem pecuniário. Esse tipo de natureza humana que, a princípio, seria típico somente às classes mais altas seria assimilado pelas classes inferiores tanto pela imposição do esquema de decência pecuniária como pela extração dos seus meios de vida.

Com base no exposto defende o autor que não haveria grande diferença entre as classes inferiores ou superiores quanto ao temperamento, pois a instituição atuaria para baixar a eficiência industrial da comunidade e retardar a adaptação da natureza humana às exigências da vida industrial moderna, contribuindo favoravelmente para a conservação dos traços bárbaros tanto na classe ociosa como nas demais. Isso se daria por herança no interior da classe e pela disseminação em seu entorno e também pelo fortalecimento das tradições do regime arcaico.

Se mesmo nas ocupações industriais teriam sobrevivido o temperamento bárbaro e até nesses casos a eliminação seletiva dos traços pecuniários seria um processo incerto, conforme preconizava o autor, era coerente que julgasse remota a possibilidade de as relações humanas se tornarem mais solidárias, a sociedade mais justa e o mundo melhor.

Explica o autor que existe uma reversão à natureza humana normal da cultura bárbara primitiva (cultura predatória) durante a transição da infância para a adolescência e a maturidade.

O temperamento juvenil, segundo o autor, caracterizava-se em seu primeiro período por menor iniciativa e auto-afirmação agressiva, menor inclinação para o isolamento e para os interesses do grupo doméstico; revelava igualmente maior sensibilidade à repreensão, maior timidez e a necessidade de contato humano amigável.

Veblen²⁶¹ considerava como temperamento adulto o temperamento da média dos indivíduos adultos na vida industrial moderna e que seriam de alguma utilidade para os propósitos do processo coletivo de vida. O impulso para a luta pertenceria, antes, a um temperamento mais arcaico do que àquele da média dos adultos das classes industriais.

²⁶¹ Idem.

Dessa forma, via no “temperamento juvenil” masculino uma fase predatória, que não desaparecendo ao término da adolescência, tornaria imaturos os homens com tal temperamento – correspondente ao nível espiritual permanente dos homens de luta e esporte. Diferentes indivíduos conseguiriam maturidade e sobriedade em graus diferentes e os que ficassem abaixo da média não se adaptariam à necessidade de eficiência industrial mais alta e ficariam aquém da plenitude de vida na comunidade.

O autor chama a atenção para o fato de que o desenvolvimento espiritual interrompido poderia ser evidenciado na participação direta dos adultos nas façanhas juvenis de ferocidade e, também, indiretamente no auxílio e instigação de tais distúrbios por parte das pessoas mais jovens. A consequência dessa falta de maturidade seria a formação de hábitos de ferocidade que poderiam persistir no futuro da geração em crescimento, retardando qualquer tendência para um temperamento efetivo mais pacífico de parte da comunidade.

As pessoas em posição de guiar o desenvolvimento de hábitos nos membros adolescentes da comunidade influenciariam diretamente na formação de hábitos, gostos e temperamento dos mesmos, de acordo com suas inclinações. Assim, se uma pessoa dotada de inclinação para façanha estivesse em posição de guiar o desenvolvimento de hábitos nos membros adolescentes da comunidade, sua influência conduziria à conservação e reversão à proeza.

Para ele, alguns homens teriam conservado, na vida adulta, as características que seriam normais na infância e juventude – e normais ou habituais, também, nas primitivas fases da cultura. Esse comportamento imaturo poderia ser observado nas manifestações de temperamento predatório que, nesse caso, seriam classificadas sobre o título de proezas.

As manifestações de temperamento predatório (proezas) seriam “em parte simples expressões irrefletidas de uma atitude de ferocidade emulativa, em parte atividades deliberadamente iniciadas no intuito de obter renome de proeza²⁶²”.

²⁶² Ibidem, p. 394.

Acredita o autor que o melhor exemplo desse tipo de atividade seria o esporte.

Esportes de toda espécie têm um mesmo caráter geral, inclusive o pugilismo, as touradas, o atletismo, o tiro ao alvo, a pesca, o iatismo e os jogos de habilidade, até mesmo quando o elemento da eficiência demolidora não é característica saliente. Mediante a habilidade, os esportes se transformam gradualmente, de uma base de combate hostil, em astúcia e chicana, sem que seja possível traçar-se uma linha divisória em qualquer ponto. A base da inclinação para o esporte é uma constituição espiritual arcaica – a posse de uma inclinação predatória emulativa em potência relativamente alta. Uma forte propensão para a proeza temerária e para infringir danos é especialmente pronunciada naqueles costumes de uso coloquial, especificamente denominados esportividade.²⁶³

Nesse sentido, a inclinação dos homens para o esporte, seria a expressão de um temperamento juvenil, marca da interrupção no desenvolvimento da natureza moral do homem. Tal imaturidade dos homens esportivos poderia ser percebida ao se atentar para o vasto elemento do “faz-de-conta” presente em toda atividade esportiva.

O mesmo caráter do “faz-de-conta” comum aos jogos e às proezas para os quais habitualmente se inclinam as crianças, especialmente os meninos, entraria em diferentes proporções em todos os esportes. O “faz-de-conta” estaria presente na esportividade propriamente dita e nas competições atléticas em maior medida do que nos jogos de habilidade de índole mais sedentária, embora tal regra não se aplicasse com grande uniformidade. Assim também, estariam presentes nos esportes atléticos discursos extravagantes, fanfarronadas e mistificação ostensiva, o que, segundo o autor, seria uma prova da natureza histriônica desse tipo de atividade.

A propósito, a gíria do atletismo é em grande parte formada por locuções extremamente sanguinárias, emprestadas da terminologia guerreira. Exceto quando adotada como veículo indispensável de comunicação secreta, a gíria peculiar a qualquer atividade deve provavelmente ser aceita como prova de que a atividade em questão é substancialmente fictícia. Característica ulterior, pela qual os esportes diferem do duelo e semelhantes perturbações da paz, é a peculiaridade de admitirem que outras finalidades lhes sejam atribuídas além dos impulsos de proeza e ferocidade.²⁶⁴

²⁶³ Ibidem, p. 394-395.

²⁶⁴ Ibidem, 395.

Conforme notamos nessa passagem, além dos impulsos de proeza e ferocidade, outras finalidades seriam atribuídas aos esportes. Os esportistas (caçadores e pescadores) seriam motivados pelo amor à natureza e o contato com ela, pela necessidade de recreação ou simplesmente por ser um dos passa-tempos favoritos.

O autor questiona esse “amor à natureza”: quem ama a natureza aniquilaria os animais? No entendimento dele, os motivos citados estariam muitas vezes presentes, mas não seriam os principais; o fim mais perceptível seria o domínio e o aniquilamento. Mas a hipótese de que uma das finalidades fosse a de matar, colocaria o transgressor em descrédito e seria um agravo ao respeito próprio dele. Devido às convenções e as regras de boa educação recebidas como herança na classe ociosa, não lhes seria permitido, sem críticas, procurar contato com a natureza em outras condições que não por meio do esporte. Seriam eles (inclusive a caça e a pesca) possibilidades de atividades ao ar livre que, por se tratarem de atividades honoríficas legadas pela cultura predatória como forma mais alta de ócio cotidiano, receberiam plena sanção honorífica.

O esporte seria uma forma de exercitar a destreza e a ferocidade emulativa, bem como a característica astúcia da vida predatória, satisfazendo o instinto de artesanato, sem entrar em desacordo com as regras da dignidade que lhes aconselhariam o mesmo como a expressão de uma vida pecuniária imune à censura.

Os membros respeitáveis da sociedade que costumavam defender os jogos atléticos (como por exemplo o futebol), argumenta Veblen, encontrariam respaldo para tal postura no fundamento de que os jogos serviriam como instrumento valioso de desenvolvimento, pois não apenas melhorariam o físico do competidor, mas também, promoveriam um espírito varonil tanto nos participantes quanto nos espectadores. O vigor físico adquirido na prática de jogos atléticos seria vantajoso tanto para o indivíduo como para a coletividade no tocante à utilidade econômica. Já as características que acompanhariam os esportes seriam vantajosas para o indivíduo em contraste com os interesses da coletividade, sendo útil à comunidade, apenas indiretamente, no seu tratamento hostil em face de outras comunidades.

Pelo senso popular haveria muita coisa admirável no tipo de virilidade promovido pela vida esportiva, como por exemplo a auto-confiança e a camaradagem. Seria, portanto, uma marca de masculinidade (de coragem, de força e de astúcia).

Conforme o exposto, os esportes satisfariam às exigências de substancial futilidade, visando, simultaneamente, a propósitos fictícios e seria atraente pelo fato de proporcionar campo para emulação. Entretanto, é principalmente em seus efeitos indiretos, mediante as regras da vida honorífica, que a instituição da classe ociosa influenciaria o sentimento prevalecente quanto à vida esportiva.

Ghiraldelli Jr.²⁶⁵ aponta para algumas constatações feitas por Veblen: 1) de acordo com o senso popular, o tipo de virilidade promovido pela vida esportiva seria admirável, mas que, de um diferente ponto de vista, tais qualidades poderiam ser classificadas de truculência e solidariedade de clã; 2) as características do homem predatório não seriam de modo algum obsoletas na generalidade das populações modernas, ao contrário, estariam presentes e poderiam ser provocadas com grande vigor a qualquer hora mediante o apelo aos sentimentos nos quais se exprimiriam. Em vários graus de potência e em diferentes indivíduos tais características ficariam disponíveis para a formação agressiva das ações e sentimentos humanos quando quer que um estímulo mais intenso que o costumeiro as chamasse à superfície e se afirmassem violentamente – caso nenhuma ocupação alheia à cultura predatória usurpasse a série cotidiana do interesse e sentimentos do indivíduo. De acordo com a análise de Veblen, diz o autor, isso aconteceria na classe ociosa e em certas parcelas da população a ela subordinadas, o que explicaria a facilidade com a qual os recém-chegados à classe ociosa se entregavam aos esportes e, também, o rápido crescimento dos esportes e do espírito de esportividade em qualquer comunidade industrial onde houvesse a instituição da classe ociosa.

De acordo com a leitura de Ghiraldelli Jr.²⁶⁶, Veblen afirmava que a inclinação pelos esportes atléticos, independente do modo de participação, seria uma característica da classe ociosa partilhada com os delinquentes da classe inferior e com aqueles elementos atávicos da massa da comunidade,

²⁶⁵ GHIRALDELLI JR. P. **Esporte e Corpo, Modernidade e Barbárie**. UNESP: 1994.

²⁶⁶ Idem.

também dotados de uma tendência predatória dominante. Nesse grupo se denotariam as sobrevivências modernas da proeza, cujas direções principais seriam a força e a fraude (já presentes no tempo bárbaro). A força e a fraude estariam presentes também nas guerras modernas, nas ocupações pecuniárias, nos esportes e jogos. Em todas essas atividades a estratégia tenderia a se desenvolver em esperteza ou chicana. O método de comportamento em qualquer forma de competição, atlética e nos jogos em geral, envolveria falsidade e intimidação.

Ghiraldelli Jr.²⁶⁷ também faz menção ao fato de que, segundo Veblen, a astúcia seria a primeira característica a ser assimilada pelos jovens junto ao profissional do esporte em qualquer escola de boa reputação. A astúcia, em alto grau, seria também um traço visível nos membros da classe delinquente inferior. Revelariam tanto o candidato a honras atléticas e os delinquentes o mesmo comportamento exibicionista.

Ghiraldelli Jr.²⁶⁸ reporta-se ao fato histórico ocorrido na Alemanha anos depois da publicação da Teoria da Classe Ociosa de Veblen, quando as organizações de juventude, que mais tarde alimentariam o nazismo, tinham como uma das diretrizes o cultivo ao esporte. No mesmo texto, pontua algumas questões apontadas por Adorno, leitor de Veblen.

Uma delas seria a caracterização do esporte como “pseudo-atividade”, como canalização de energias que em outras direções poderiam ser perigosas, como atividade sem sentido, condecoradas com enganosas insígnias de seriedade e importância. Explica Ghiraldelli Jr. que Adorno concorda com tal análise, porém, considera insuficiente a análise que Veblen faz acerca do esporte no sentido de que não seria próprio dele apenas o impulso para a violência, mas também o impulso para suportá-la.

A partir da leitura de Veblen, Ghiraldelli Jr.²⁶⁹ convida-nos a imaginar que corpos corresponderiam a uma “estrutura espiritual arcaica” na modernidade: sua aparência, seus movimentos, enfim, sua expressão. Que impacto causaria tal figura ao observador? Parece-nos que o conjunto

²⁶⁷ Idem.

²⁶⁸ Idem.

²⁶⁹ Idem.

“repressão/liberdade/violência/autocontrole” bem serviria de “rótulo” para esses organismos, desde que em alguma atividade esportiva.

Além da descrição irônica do estilo de vida das classes ociosas, há uma percepção de que os mesmos princípios sempre estiveram presentes ao longo da história das sociedades, mudando apenas de forma. Com base nessa percepção, Veblen²⁷⁰ elabora sua teoria: o início da evolução humana teria sido marcado pela formação de instintos opostos, o predatório e o de trabalho eficaz. No decorrer do desenvolvimento das sociedades, arraigadas em tais instintos, teriam surgido as instituições. Desse modo, o autor caracteriza a sociedade de sua época como industrial-pecuniária, na qual estão presentes as instituições industriais – orientadas para eficiência da produção e para melhoria do bem estar material – e as instituições pecuniárias – derivadas do instinto predatório e construídas em torno das ideias de comparação odiosa e da isenção do trabalho útil.

Apesar de muitos dos leitores de Veblen, inclusive nós, pontuarmos em seu discurso a afirmação de que sua teoria seria um estudo econômico das instituições e não teria por objeto os primórdios da indolência nem o aparecimento de artigos úteis para o consumo individual, em toda sua obra Veblen faz questão de frisar a relação entre lazer e estratificação social e as inter-relações entre lazer e mudança social. Para ele, seria o lazer e não o trabalho que manifestaria e reforçaria as diferenças sociais. O ócio (o lazer para Veblen) que era considerado, do ponto de vista econômico, uma atividade, estaria estritamente ligado à vida de façanhas, porém como coisa distinta, pois não resultaria usualmente num produto material. Colocado dessa forma, em sua obra, o lazer não teria caráter compensatório, uma vez que a classe ociosa não desempenhava qualquer “atividade produtiva”. Ao contrário, torna-se símbolo de força pecuniária, ou seja, as práticas de lazer seriam a prova de que a classe ociosa podia viver confortavelmente (consumindo à vontade) sem trabalhar.

Portanto, para Veblen, lazer e trabalho seriam esferas diferentes e desvinculadas na estrutura social. E isso já justificaria a convicção do acerto na escolha do referencial teórico, pois este entendimento não nos conduz por

²⁷⁰ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

linhas opostas, apesar de não concordarmos de todo com ele quanto à definição de esportes e quanto aos efeitos da prática esportiva na sociedade. Parece-nos que ele não via nessa atividade nenhum aspecto positivo. Acreditamos que o esporte, além do que é, pode ser o que fazemos dele.

Ao estudar “Teoria da classe ociosa” encontramos muito mais do que esperávamos ou queríamos: dentre outras coisas, uma observação relatada pelo autor – a respeito da qual desconhecemos qualquer referência por parte daqueles que estudaram a obra, mas sobre a qual pensamos investigar por se tratar de algo que hoje pode ser observado em nossa sociedade. Referimo-nos ao comportamento da classe dos “cientistas”, daqueles que trabalham na produção do conhecimento, principalmente daquele, cuja posse garantiria uma certa autonomia, independência, em relação aos países considerados desenvolvidos.

Segundo a análise de Veblen, para corresponder às expectativas da comunidade, tal classe “precisava” adotar um padrão de vida não compatível a seus ganhos, de forma que faziam certos “ajustes” familiares – como, por exemplo, a redução ou ausência de filhos – a fim de poder manter um padrão aceitável à sua condição. Estaria ele sugerindo aos menos afortunados “um planejamento familiar” como possibilidade de mudança na ordem social? Seria um apelo, no sentido de que “quem sabe mais” encontra formas de “levar uma vida mais digna”? O que tem a ver especificamente este tipo de atividade profissional com os hábitos de consumo e estes com a escolha de atividades de lazer? Sem dúvida, algo a ser investigado cientificamente.

Fica evidente que Veblen não sentia qualquer apreço pelo lazer. Era defensor do “progresso”, do “desenvolvimento social” por força do trabalho.

O seu sarcasmo revela-lhe, além da amargura e do olhar de reprovação ao modo de vida “predatório” adotado pela sociedade que ele analisava (a moderna sociedade industrial americana), a convicção de que a mesma estaria condenada ao modo de vida que “escolhera”. Isso porque o traço dominante na natureza humana não seria a solidariedade, mas sim o egoísmo. Logo, não haveria interesse por parte de cada indivíduo ou grupo em buscar o bem comum; buscariam, antes, formas de superar o outro em termos de riqueza a fim de satisfazer a sua necessidade individual de sentir-se superior e mostrar a todos tal superioridade.

Nesse sentido, as relações humanas estariam orientadas para a competição e não para a cooperação. A habilidade no uso da força, da fraude, da astúcia seria o instrumento que possibilitaria uma posição social “melhor” para o indivíduo, e, ainda que em nada contribuíssem para o bem da coletividade, os indivíduos “dotados” de tais instrumentos eram valorizados e reconhecidos pela mesma. Tais elementos também estariam presentes nas atividades esportivas.

O esporte seria uma “pseudo-atividade”, que canalizaria energias que, em outras direções, poderiam se tornar perigosas. O autor caracterizava-o como erupção da violência, da opressão e do espírito predatório. Mas se o espírito habitualmente belicoso era o traço preponderante na natureza humana, por que não encarar o esporte como algo natural, próprio do homem?

Argumenta Veblen que antes do instinto predatório, antes da propensão para a luta, para a competição, havia um instinto mais importante e mais antigo: o instinto de produzir.

Quanto à intenção do autor ao afirmar logo de início que não estava pensando em discutir nem “os primórdios da indolência”, nem “o aparecimento de artigos úteis para o consumo individual”, esta, a esta altura, pode ser questionada, a julgar pela importância dada a essas questões como fatores determinantes na diferenciação social e a força de expressão que tais temas ganham em seu texto.

Ao indicar o surgimento de uma classe ociosa, estaria indicando igualmente a origem do ócio. Afirmo o autor, no decorrer do texto, que o termo ócio, na conotação que tinha no estudo, não implicava indolência ou quiescência. Significava simplesmente tempo gasto em atividade não-produtiva. Por que, então, teria feito menção à indolência, ao seu surgimento?

A imagem de sociedade ideal para Veblen teria que ter por base o trabalho. Assim, a satisfação do instinto de trabalho seria sinônimo de felicidade coletiva. Já o lazer não seria vivenciado em busca de satisfação, mas para causar impacto social.

Do mesmo modo, ao pontuar muito bem as causas e consequências do surgimento da propriedade privada, bem como os fatos de a classe ociosa poder obter propriedades e consumir além do necessário para a subsistência – sem contribuir “efetivamente” para a produção dos bens materiais a serem

consumidos –, estaria pontuando, igualmente, que ambos (consumo e ócio conspícuos) seriam necessidades criadas pela própria classe denominada ociosa para definir e impor o seu papel na sociedade, as quais passariam a ser necessidades das demais classes, inclusive das inferiores, na medida de suas possibilidades. O exagero na descrição de como se comportam os indivíduos quando se trata do consumo, é uma forma de deixar bem clara a sua posição a esse respeito: totalmente contrária ao consumismo. Para ele a sociedade se comporta de maneira antieconômica. Por isso, aponta para a irracionalidade da razão. Essa visão negativa do consumo, do consumismo é ainda muito presente não só no meio acadêmico brasileiro.

O autor não descreve apenas o estilo de vida da classe ociosa, mas dá uma visão “panorâmica” da sociedade, de como ela se comporta, da existência de diferentes estilos de vida e da valorização do tido como “superior” ou “ideal”. E todas as suas opiniões, esclarece, devem ser encaradas do ponto de vista econômico.

Os hábitos de consumo, inclusive o consumo de bens culturais seriam fatos econômicos, porém inerentes ao comportamento humano. Logo, a Economia, deveria considerar o indivíduo e suas preferências como produto social. Isso é perfeitamente aplicável na sociedade atual.

Outra questão que não pode deixar de ser comentada é a que toca às tradições. “Por costume inabalável”, “por costume firmemente estabelecido ou pelo bom senso da comunidade”, “firmada a tradição, o senso comum da comunidade passava a aceitá-la como regra de conduta”, diz o autor, em diversas passagens de seu relato. Assim explica, por exemplo, as origens do preconceito que persistia em sua sociedade acerca de ocupações ligadas à produção. Segundo ele, a mudança de padrões e de pontos de vista acontecem de forma gradual e dificilmente eles são eliminados completamente.

Ainda hoje, quando falamos em cultura, uma das fontes de legitimidade é a tradição. É claro que

a mundialização da cultura redefine o significado da tradição. Temos agora dois entendimentos possíveis de um mesmo conceito. Tradição enquanto permanência do passado distante, de uma forma de organização social contraposta à modernização das sociedades. As culturas populares na América Latina (com as respectivas influências, negra e indígena), as práticas herdadas da história oriental, no Japão, fazem parte dessa gama de manifestações que habitualmente rotulamos como sendo

tradicionais. Elas apontam para um tipo de cultura social, que, mesmo fracionada pela transformação tecnológica, representa um mundo anterior à Revolução Industrial. Nelas, a segmentação social, demográfica e étnica é preponderante, e a presença do campo, das atividades rurais, é marcante. Comodamente os sociólogos chamam essas formações de “sociedades tradicionais”. Mas ao lado dessa compreensão, uma outra desponta. Tradição da modernidade, enquanto forma de estruturação da vida social, manifestada nos seus objetos eletrônicos, sua concepção célere no tempo, e de um espaço “desencaixado”. Moderna tradição que secreta inclusive uma memória internacional-popular, cujos elementos de sua composição estão prontos para ser reciclados a qualquer momento. Como as garrafas de Coca-cola, as orquestras da década de 40 (Glenn Miller), ou os pôsteres de Bogart ou Garbo, são citações igualmente “clássicas”. Passado que se mistura ao presente, determinando as maneiras de ser, as concepções de mundo. Cultura-identidade, referência para os comportamentos, enraizando os homens na sua mobilidade.²⁷¹

De acordo com a análise de Veblen, a conduta humana é motivada pelo conjunto de fatores racionais e habituais. O homem seria constituído, portanto, por três elementos interligados: instintos, hábitos e racionalidade. Essa proposição tem relevância como fundamento para pesquisas empíricas acerca de hábitos de consumo.

Por diversas vezes o autor faz referência aos hábitos de pensamento, aos processos mentais de substituição e abreviação, à internalização de valores. De fato, o estilo de vida de um indivíduo ou de um grupo pode revelar muito da sua personalidade.

Outra inferência que fizemos diz respeito à fase da adolescência. Pode ser que, hoje, seja um período durante o qual os indivíduos apresentam uma propensão maior à prática de atividades físicas, principalmente as coletivas. Há que se investigar, atentando-se ainda para variantes como o gênero e o estilo de vida.

Também não nos passou despercebido que, de fato, os padrões e os pontos de vista dificilmente são eliminados de todo e a mudança nesse sentido se dá a longo prazo. Persiste ainda o preconceito em relação à prática esportiva pelo sexo feminino daquelas consideradas “masculinas” – herança do passado. Lembramos aqui das “líderes de torcida”. A existência desses grupos e o “entusiasmo” que despertam nos espectadores e nos jogadores deve ter algum significado.

Veblen entende que os hábitos de consumo seriam variados, de acordo com o padrão de vida de cada indivíduo ou classe. O padrão de vida, por sua

²⁷¹ ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2005. p. 212.

vez, dependeria da renda. De acordo com Ortiz²⁷², nos últimos anos, as agências publicitárias começaram a abrir mão das descrições demográficas, que agrupavam as pessoas segundo os níveis de renda, pois algumas pesquisas sobre o consumo de automóveis já apontavam para a existência de tipos diferenciados de atitudes em grupos de mesma renda, segundo determinados valores e opiniões. Além das variáveis tradicionais, os valores poderiam ser empregados como referência nas análises, como meio de obter maior precisão no diagnóstico da segmentação do mercado. “A demografia e a sociologia dariam lugar à Psicologia Social, disciplina mais eficaz para vincular os hábitos de consumo aos estilos de vida. Na sociedade de consumo, haveria um reagrupamento, considerando-se os estilos de vida”²⁷³.

Veblen chamou a atenção para o “faz-de-conta” presente em todas as atividades esportivas, em maior ou menor grau, atribuindo-lhe um caráter pejorativo quando “vivenciado” ou incentivado por adultos. Segundo ele, tais adultos seriam imaturos e de “temperamento juvenil”. O “faz-de-conta” incluiria gírias e gestos censuráveis aos adultos. Isso nos reporta a Elias²⁷⁴ que, ao contrário de Veblen, vê o lazer, incluindo o esporte neste mesmo campo, com mais simpatia: como um campo propício para um “controlado descontrole das emoções”, muito salutar e necessário.

Não podemos deixar de pensar na questão levantada por Ghiraldelli²⁷⁵, principalmente porque episódios bem mais recentes do que o citado por ele chegam a causar pânico. Referimo-nos aos grupos de belos jovens, “fortes” e hostis, que andaram aterrorizando os segmentos que representam “minorias” em nossa sociedade.

Teriam o mesmo comportamento exibicionista o atleta e o delinquente? Pode ser. Porém a prática esportiva pressupõe auto-disciplina, sociabilidade, e a possibilidade de canalizar aquelas energias que Veblen mencionou num tempo e espaço apropriado. Durante o “faz-de-conta” tornam-se possíveis uma variedade de interações sociais que podem ser mais benéficas do que prejudiciais à coletividade.

²⁷² Idem.

²⁷³ Ibidem, p.205.

²⁷⁴ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

²⁷⁵ GHIRALDELLI JR. P. **Esporte e Corpo, Modernidade e Barbárie**. UNESP: 1994.

Sales de Oliveira²⁷⁶ atribui à obra de Veblen duas qualidades: permanência, pela profundidade com que toca os dramas vividos no interior das relações sociais, sobrevivendo ao tempo e aos modismos; e revelação, pela capacidade de reservar surpresas a cada leitura.

Tem razão Sales de Oliveira. Nada podemos afirmar – sem o risco de errar quanto ao futuro – porém, na atualidade, além dos limites da racionalidade instrumental e da importância dos hábitos, as contribuições veblenianas que nos parecem mais importantes dizem respeito às relações entre cultura e a racionalidade. Pesquisas nesse sentido permitirão o desvendamento das motivações dos agentes quanto à sua conduta como consumidores do esporte e do lazer, em todas as formas como se manifestam tais fenômenos em nossa sociedade.

2.2. SOBRE O CONSUMO DO ESPORTE E DO LAZER: O QUE NOS DIZEM ELIAS E DUNNING

Outro referencial teórico indispensável ao nosso estudo é “A Busca da Excitação”. A obra reúne artigos que se constituem em exemplos e ampliações do trabalho pioneiro de Norbert Elias sobre o processo de civilização e a formação do Estado²⁷⁷. Conforme esclarece Dunning²⁷⁸, são representativos da abordagem específica “configuracional” e do “desenvolvimento” que Elias²⁷⁹ aprofundou na sociologia. Isso sugere que uma interpretação mais próxima do que pretenderam dizer os autores de tais artigos passa pela leitura prévia, por parte de seus leitores, de outros trabalhos de Elias – especialmente “O processo civilizador”²⁸⁰ e “Introdução à Sociologia”²⁸¹.

²⁷⁶ SALES DE OLIVEIRA, P. **Veblen, o ócio como emblema social**. In: **Lazer e Ciências Sociais, Diálogos pertinentes**. Organização: Heloísa Bruhns. São Paulo; Coleção Lazer, Esporte e Sociedade; Chronos: 2002.

²⁷⁷ ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993. 2v.

²⁷⁸ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992. p.11.

²⁷⁹ ELIAS, N. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

²⁸⁰ ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994. 1v.; ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1993. 2v.

²⁸¹ ELIAS, N. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

O processo civilizacional da sociedade europeia ocidental é estudado por Elias²⁸² sob a ótica do controle das emoções e pela formação dos monopólios do Estado. Ele associa a formação da consciência e autocontrole individuais à constituição do Estado. Em sua obra “O Processo Civilizador”, Elias delinea a forma como a sociedade – no decorrer de seu desenvolvimento – transforma a coação externa em autocoação e prova que não existe atitude natural no homem que, para ele, passou por um condicionamento e um adestramento. Afirma que o processo civilizador constituiu uma mudança na estrutura da personalidade do homem.

Num processo de longa duração, o homem teria refreado suas pulsões, aumentando seu autocontrole por meio de mecanismos externos e de mecanismos internos. O resultado dessas mudanças apontaria na direção da maneira “civilizada” como passaram a sentir e se comportar os humanos.²⁸³

Segundo o autor²⁸⁴, tal processo não foi planejado nem houve a intenção quanto a seu rumo. Mas aconteceu de maneira geral, como decorrência de uma rede de relacionamentos envolvendo pessoas isoladas. O caminho dos processos sociais de longa duração é determinado pelo entrelaçamento de diversos conjuntos de atos individuais, nos quais pode haver intencionalidade, porém a direção dos mesmos, o resultado coletivo não é planejado. A qualificação “longa duração”, conforme ressalta Marchi Jr.²⁸⁵, não faz alusão à composição cronológica ou delimitação temporal do processo que está sendo estudado, mas à sua natureza; indica que está sendo considerado o conjunto de acontecimentos que caracterizaram transições, transformações e rupturas no decurso histórico.

Ao delimitar um modelo de análise da sociedade a partir do jogo competitivo e com regras, Elias²⁸⁶ procura evidenciar como se constroem as configurações sociais, entendidas como redes de interdependência que

²⁸² ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994. 1v.; ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.1993. 2v.

²⁸³ Idem.

²⁸⁴ Idem.

²⁸⁵ MARCHI JR., W. **A Educação Física e o Campo Científico: repensando as possibilidades de pesquisa sobre o esporte e o lazer**. In: Esporte e Lazer: subsídios para o desenvolvimento e a gestão de políticas públicas/ Org. Fernando Marinho Mezzadri; Fernando Renato Cavichioli, Doralice Lange de Souza. Jundiaí: Fontoura, 2006, p. 39.

²⁸⁶ ELIAS, N. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

envolvem poder e – de forma indissociável – ações/autores, racionalidade/irracionalidade, indivíduos/sociedade, tempo/espço. Isso quer dizer que um grupo ou indivíduo vai regular seu comportamento e emoções conforme o tipo de relação que estabelece com outros, com o momento e com o local. Logo, pelo seu caráter dinâmico, as configurações não podem ser programadas ou planejadas e o conceito de poder é fundamental para sua análise. A ação dos indivíduos, bem como seus interesses e objetivos no interior das configurações sofrem influências de forças compulsivas ao mesmo tempo em que as influenciam.

Para maior clareza, recorreremos à citação de Brandão:

a base da sociologia figuracional é o reconhecimento de que o processo de evolução vem equipando biologicamente os humanos como seres sociais, como seres capazes de aprender, o que lhes possibilita aumentar seu conhecimento, desenvolver e mudar. Ao tomar as emoções como elemento fundamental de análise, Elias assume que o desenvolvimento humano diz respeito ao crescimento emocional, dado pela possibilidade social e psicológica de diferenciar e consolidar seus controles emocionais.²⁸⁷

Falamos aqui, então, de um processo de civilização da emoção e da violência. Para Elias e Dunning²⁸⁸, o desenvolvimento de uma sociedade corresponde ao domínio sobre a manifestação “dos seus poderosos afetos, das suas impetuosas energias instintivas, que não são aprendidas”²⁸⁹.

Esse entendimento, segundo os autores, aponta para a necessidade de se explorar as ligações entre a biologia, a psicologia, a sociologia e a história dos seres humanos. Tal procedimento representaria um avanço em qualquer investigação no campo das ciências humanas, pois que todas envolvem o homem, sendo preciso considerar os elementos que constituem a “natureza humana”, a fim de compreendê-lo em todas as suas dimensões.

Na análise de “A Busca da Excitação”, vamos falar sobre a mudança no grau de agressividade a qual – como os outros instintos – de acordo com Elias, é condicionada por regras e restrições que se transformam em autolimitações;

²⁸⁷ BRANDÃO, Carlos da Fonseca. **A teoria dos processos de civilização de Norbert Elias: o controle das emoções no contexto da psicogênese e da sociogênese**. Marília: UNESP, 2000. Tese de doutorado.

²⁸⁸ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

²⁸⁹ Ibidem, p.74.

sobre a necessidade do prazer que têm os seres humanos; sobre a relação de ambos com o lazer e seu consumo – incluído o desporto neste mesmo campo.

Iniciemos com a citação do problema apontado, já na introdução do livro, por Elias, cuja solução, conforme afirma, depende de investigações que ainda estão por se fazer, sendo essa a tarefa da pesquisa sociológica:

[...] que espécie de sociedade é esta onde cada vez mais pessoas utilizam parte do seu tempo de lazer na participação ou na assistência a esses confrontos não violentos de habilidades corporais a que chamamos “desporto”? [...] Que espécie de sociedade é esta onde as pessoas, em número cada vez maior, e em quase todo o mundo, sentem prazer, quer como atores ou espectadores, em provas físicas e confrontos de tensões entre indivíduos ou equipes, e na excitação criada por estas competições realizadas sob condições onde não se verifica derrame de sangue, nem são provocados ferimentos sérios nos jogadores?²⁹⁰

Segundo Elias²⁹¹, a sociologia do desporto dava os primeiros passos quando ele e Dunning iniciaram o estudo apresentado na obra em questão. Porém, os autores já tinham consciência de que a compreensão do desporto contribuiria para o conhecimento da sociedade. É que sendo o desporto criação/produção do homem, na maioria dos desportos estão presentes elementos também inerentes à “natureza humana” – a competição, por exemplo; tais confrontos envolvem força física ou proeza, mas há regras que regulam o comportamento dos adversários, a fim de evitar danos físicos aos participantes. Percebe-se logo o envolvimento do desporto com o processo de civilização, uma vez que, de acordo com os argumentos do autor, o primeiro acompanha o segundo. Isso porque, apesar de constituir-se num tipo de libertação de uma repressão “intolerável” não é isenta de restrições. Logo, por trás de estudos que envolvem os desportos, haveria sempre questionamentos como os acima citados. E, mais adiante, anuncia: “os trabalhos apresentados nesse volume contêm algumas contribuições modestas não só quanto ao conhecimento do desporto, mas também, quanto à compreensão das sociedades humanas”²⁹². Aliás, um dos principais objetivos da obra, conforme Elias faz questão de frisar é “demonstrar que os estudos do desporto que não

²⁹⁰ Ibidem, p.40.

²⁹¹ Ibidem. p.39.

²⁹² Ibidem. p.40.

sejam simultaneamente estudos da sociedade são análises desprovidas de contexto”²⁹³.

É pertinente, portanto, transcrever os principais elementos do processo de civilização nas sociedades europeias desde a Idade Média. Conforme Dunning,

os principais elementos deste processo foram: a formação do Estado, o que significa dizer o aumento da centralização política e administrativa e da pacificação sob o seu controlo, processo em que a monopolização do direito de utilização da força física e da imposição de impostos, efetuada pelo Estado, constitui uma componente decisiva; um aumento das cadeias de interdependência; uma mudança que é niveladora no quadro do equilíbrio de poderes entre classes sociais e outros grupos, o que é o mesmo que dizer pelo processo de “democratização funcional”; a elaboração e o refinamento das condutas e dos padrões sociais; um aumento concomitante da pressão social sobre as pessoas para exercerem o autocontrolo na sexualidade, agressão, emoções de um modo geral e, cada vez mais, na área das relações sociais; e, a nível da personalidade, um aumento da importância da consciência (super-ego) como reguladora do comportamento.²⁹⁴

Segundo a abordagem de Norbert Elias e Eric Dunning em “A Busca da Excitação”, o fenómeno do esporte, tal como se manifestou na sociedade inglesa do século XVIII e XIX, sofreu o mesmo processo de Civilização daquele grupo social, cujos hábitos, valores e comportamentos caminhavam em direção a um aumento do controle das emoções, num sentido contrário à violência.

Nas palavras de Elias,

a emergência do desporto como uma forma de confronto físico, do tipo relativamente não violento, encontrava-se, no essencial, relacionada com o raro desenvolvimento da sociedade considerada sob a perspectiva global: os ciclos da violência abrandaram e os conflitos de interesse e de confiança eram resolvidos de um modo que permitia aos dois principais contendores pelo poder governamental solucionarem as suas diferenças por intermédio de processos inteiramente não violentos, e segundo regras concertadas que ambas as partes respeitavam²⁹⁵.

Contrariamente a alguns sociólogos – que, influenciados por uma herança de valores e pelas ambiguidades conceituais dela decorrentes,

²⁹³ Ibidem. p.48.

²⁹⁴ Ibidem. p.30.

²⁹⁵ “Os ciclos de violência são configurações formadas por dois ou mais grupos, processos de sujeições recíprocas que situam estes grupos numa posição de medo e de desconfiança mútua, passando cada um a assumir como coisa natural o fato de os seus membros poderem estar armados ou serem mortos pelo outro grupo caso este tenha a oportunidade e os meios para o efetuar.” ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992. p.48.

consideram o lazer um assunto irrelevante no contexto social, não vendo, portanto, pertinência em aprofundar estudos sobre o mesmo – Elias e Dunning apontam para a sua importância, uma vez que, para eles, o lazer corresponde a uma necessidade existencial para sociedades mais complexas. Isso porque o prazer e a diversão, aspectos cruciais da vida humana, estão presentes nesse tipo de atividade, bem como o despertar de outras emoções, merecendo ser tomado como objeto de reflexão sociológica.

Desse modo, questionam abordagens centradas na oposição trabalho/lazer, de acordo com as quais a satisfação agradável proporcionada pelas atividades de lazer “serve” para que as pessoas se recuperem do desgaste provocado pelas tensões do dia-a-dia, a fim de melhorar sua capacidade para o trabalho. Segundo os autores, tais abordagens têm por base a crença de que o que as pessoas buscam no lazer uma maneira de se aliviarem da fadiga causada pelo esforço do trabalho, classificado a um nível superior, com um fim em si mesmo e de “real” importância social. Apesar de reconhecerem a interdependência entre tais atividades, Elias e Dunning compreendem o lazer como um campo específico, desvinculado e não subordinado ao trabalho.²⁹⁶

Para Elias, o que as pessoas buscam nas ocupações de lazer é a satisfação de uma necessidade biológica que lhes foi reprimida no decorrer do processo civilizador, ou seja, sentir prazer. Assim, a satisfação do lazer – ou a falta desta – pode ser da maior importância para o bem-estar das pessoas quer como indivíduos ou como sociedades.

Concebendo o esporte moderno e o lazer no contexto do processo civilizacional da sociedade europeia ocidental, estudado pela ótica do controle das emoções e pela formação dos monopólios do estado, para Elias,

o desporto, tal como outras actividades de lazer, no seu quadro específico pode evocar através de seus desígnios, um tipo especial de tensão, um excitação agradável e, assim, autorizar os sentimentos a fluírem mais livremente. Pode contribuir para perder, talvez para libertar, tensões provenientes do *stress*. O quadro do desporto, como o de muitas outras actividades de lazer, destina-se a movimentar, a estimular as emoções, a evocar tensões sob a forma de uma excitação controlada e bem equilibrada, sem riscos e tensões habitualmente relacionadas com o excitação de outras situações da vida, uma excitação mimética que pode ser apreciada e que pode

²⁹⁶ Sobre as crenças do lazer no Brasil. Cf. CAVICHIOILLI, Fernando Renato. **Abordagens de lazer no Brasil: um olhar processual**. UNIMEP: Piracicaba, 2004 (Tese de Doutorado).

ter um efeito libertador, catártico, mesmo se a ressonância emocional ligada ao desígnio imaginário contiver, como habitualmente acontece, elementos de ansiedade, medo – ou desespero²⁹⁷.

Ele mostra que em sociedades que adotam elevadas normas de civilização, as pessoas obrigam-se, cada vez mais e em todos os lugares, a controlar seus impulsos libidinais, afetivos e emocionais mais espontâneos, bem como suas mudanças de humor, para que possam viver coletivamente.

Para serem considerados normais, espera-se que os adultos vivendo nas nossas sociedades controlem a tempo sua excitação. Em geral, aprenderam a não se expor demasiado. Com grande frequência já não são capazes de revelar mesmo nada de si próprios. O controlo que exercem sobre si tornou-se, de certo modo, automático. O controlo – em parte – já não se encontra sob o seu domínio. Tornou-se um aspecto da estrutura profunda da sua personalidade.²⁹⁸

Comparando as sociedades industrializadas com outras menos desenvolvidas, no referido volume, Elias e Dunning²⁹⁹ pontuam as mudanças ocorridas a longo prazo, tanto nas emoções, quanto nas estruturas de controle das pessoas. “Explosões incontroladas ou incontroláveis de forte excitação coletiva tornaram-se menos frequentes. [...] A organização social do controlo da excitação individual, no sentido de conter excitações apaixonadas em público, e até em privado, tornou-se mais forte e mais efetiva”³⁰⁰.

Elias³⁰¹ entende que a possibilidade de convivência entre seres humanos reside na sua capacidade de “impor restrições às manifestações de suas energias, afectos e emoções”³⁰². Porém, subordinar os seus impulsos ao próprio controle é algo que as pessoas precisam aprender. Ele compara o sofrimento causado pela incapacidade de controlar tais impulsos ao sofrimento da necessidade de controlá-los em excesso. Sendo assim, a aprendizagem do autodomínio torna-se um requisito indispensável para a sobrevivência de cada membro de um grupo social no interior do mesmo, de cada grupo social como uma unidade de integração, enfim, trata-se de uma condição humana universal. Pode-se dizer que “ser humano” passa por esse aprendizado. Entretanto, o fato

²⁹⁷ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992. p.79.

²⁹⁸ Ibidem, p.103.

²⁹⁹ Idem.

³⁰⁰ Ibidem, p.101-102.

³⁰¹ Idem.

³⁰² Ibidem, p.74.

de ser aprendido não quer dizer, segundo Elias, que ele não seja constitutivo da “natureza” do ser humano.

De acordo com o autor³⁰³, nas ciências humanas, os impulsos humanos e outros impulsos espontâneos são considerados parte da natureza humana, mas o seu controle, como propriedade socialmente adquirida, além de não fazer parte da natureza humana, se opõe a ela. Sobre esse fato ele argumenta:

nenhum controlo podia ser, de certo, adquirido por meio de aprendizagem e integrado na estrutura humana como uma das suas formas permanentes, se a constituição natural dos seres humanos não possuísse, como parte integral, uma disposição biológica de controlo dos impulsos e se os impulsos humanos e outros impulsos elementares não possuíssem, pela sua própria natureza, um potencial para serem contidos, desviados e transformados de variadas maneiras. De facto, a disposição natural dos seres humanos no sentido do controlo dos impulsos tem de considerar-se entre as suas propriedades específicas, uma das quais possui uma importância muito grande na sobrevivência. Dado que lhes faltam formas de controlo instintivas ou inatas, a vida em grupo – a vida social tal como nós a conhecemos – seria impossível entre seres humanos se estes não possuíssem uma disposição natural para aprenderem o controlo dos impulsos e, desse modo, para se civilizarem a si próprios e entre si. Nem, como indiquei, um ser humano poderia sobreviver individualmente sem uma disposição natural para controlar, retardar, transformar, em resumo, para padronizar impulsos espontâneos segundo uma grande variedade de maneiras, por meio de impulsos opostos apreendidos. Ninguém poderia adquirir as características essenciais de um ser humano se alguém se mantivesse, como um recém-nascido, totalmente à mercê de impulsos.³⁰⁴

Sem negar o caráter violento do homem, afirma que há no ser humano uma disposição inata para o controle das emoções que lhe permite a vida em sociedade. Diz Elias:

uma parte integral da constituição natural dos seres humanos traduz-se na capacidade de aprender formas de controlo social. Nos primeiros anos de vida de uma pessoa, a constituição natural dos seres humanos remete, de modo evidente, a aprendizagem do controlo de impulsos para um plano bastante firme. Além disso, a constituição natural dos seres humanos equipou-os com instituições especiais de libertação, e estas disposições que, não sendo aprendidas, são unicamente activadas, aqui e agora, por situações sociais e específicas ou por processos de aprendizagem social, proporcionam alívio do *stress* provocado pelas tensões que podem surgir se as operações de controlo lutarem, temporária ou permanentemente, contra os impulsos, e os impulsos contra os controlos.³⁰⁵

³⁰³ Idem

³⁰⁴ Ibidem. p.95-96.

³⁰⁵ Ibidem, p.96-97.

Como podemos perceber, o autor sugere a existência de dois tipos de estruturas “naturais” na configuração psicológica do ser humano: estruturas de mudanças que representam o resultado de aprendizagem e estruturas naturais humanas, que para funcionarem completamente tem de ser estimuladas pelo convívio social.

Ao abordar as emoções humanas – como possibilidade de explicar aspectos da constituição humana e das relações do homem com os outros homens – Elias³⁰⁶ enfatiza que se deve prestar atenção a dois aspectos de tais emoções: um que diz respeito às características que elas apresentam, as quais são partilhadas com espécies não-humanas e outro que se refere àquelas características que são especificamente humanas e sem paralelo no reino animal. Desse modo, ele pretende superar abordagens que priorizam ou desconsideram um ou outro, mostrando como se dá o entrelaçamento entre os aspectos biológicos e culturais no que toca à constituição social e histórica das emoções.

O autor afirma que no seu processo de evolução, os seres humanos adquiriram um aparato natural profundamente inovador que lhes possibilitou relacionarem-se de forma diferenciada revelando-lhes a disposição para a vida com os seus semelhantes, para o desenvolvimento e para a adaptação. Em tal aparato se fariam presentes algumas características biológicas que permitiriam que o homem aprendesse com a experiência e fosse capaz de transmitir conhecimentos adquiridos para gerações subsequentes. A capacidade de aprender teria produzido mudanças na vida coletiva, garantindo-lhes a supremacia sobre as outras espécies.

Como ele escreveu:

A constituição natural dos seres humanos prepara-os para aprenderem com os outros, para serem mantidos por outros e para cuidarem de outros. É difícil imaginar como é que os cientistas sociais podem obter uma compreensão clara do fato de a natureza preparar os seres humanos para a vida em sociedade sem incluir, no seu campo de visão, os aspectos do processo evolutivo e do desenvolvimento social da humanidade.³⁰⁷

³⁰⁶ ELIAS, N. **Sobre os seres humanos e suas emoções: um ensaio sob a perspectiva da sociologia dos processos**. Londres, 1991. Trad. M.B. Bissoto e F.C. Fontanella. (mimeo).

³⁰⁷ ELIAS, N., **Teoria Simbólica**. Trad. Paulo Valverde. Oeiras: Celta, 1994b, p. 146.

De acordo com Elias, o ser humano nasce com uma constituição natural na qual existem funções mentais maleáveis, a princípio indiferenciadas. A vida em sociedade tornará possível a diferenciação de tais funções, em consonância com o curso do grupo social ao qual pertence. Nas relações sociais, a partir da ação das gerações mais velhas, ou seja, pela aprendizagem, desenvolvem-se na criança a língua, a consciência e os padrões específicos de controle das emoções a que já nos referimos.

Conforme o autor,

muito provavelmente, a metamorfose evolutiva, no sentido da comunicação através de uma língua, tenha desempenhado um papel central na emergência da forma de vida distinta dos seres humanos. Como se observou, a transição para a comunicação do conhecimento abriu também o caminho para novas formas de orientação. Foi uma inovação evolutiva com grandes repercussões³⁰⁸.

Elias sugere que somente comparando a comunicação e orientação dos animais ao tipo de conhecimento baseado em símbolos sonoros – inerente aos humanos e que podem variar de sociedade para sociedade – as pessoas podem se tornar conscientes de seu caráter estranho e único. Em outras palavras, “os seres humanos comunicam-se entre si e orientam-se no mundo por meio de nomes que dão a tudo o que parece ser relevante para sua comunicação”³⁰⁹.

O autor³¹⁰ explica que os seres humanos podem obter conhecimento dos fatos do mundo de dois modos: como resultado de suas experiências pessoais e individuais, envolvendo suas próprias impressões sensoriais e como objetos possíveis de comunicação através dos símbolos sonoros que os representam. A aquisição e o uso desses símbolos podem servir como comunicação e orientação. Por meio de uma língua é possível adquirir conhecimento independentemente de qualquer experiência pessoal; pode-se aprender e conhecer através da experiência alheia. Mesmo o conhecimento adquirido pela experiência individual imediata por meio dos sentidos está sempre vinculado a símbolos sonoros que constituem uma língua e com o conhecimento adquirido sob a forma de palavras faladas ou escritas.

³⁰⁸ Ibidem, p. 125.

³⁰⁹ Ibidem, p. 125.

³¹⁰ Idem.

O desenvolvimento da linguagem e a capacidade de operar com os símbolos abrem o caminho para a atividade simbólica criando a possibilidade de se remeter à realidade de forma simbólica e produzir sentidos sobre a mesma. A capacidade de simbolizar também permite ao indivíduo atuar no plano imaginário. A esse respeito, o autor complementa:

De todas as coisas que têm um lugar e uma função na comunicação humana nada ocupa exclusivamente um lugar no espaço e no tempo sem uma representação sob a forma de um símbolo sonoro e nada pode ter o caráter de um símbolo sonoro sem ocupar também um lugar no espaço e no tempo. Todas as línguas contêm sistemas classificatórios assim como categorias, modelos de relações dos factos, reais ou supostamente reais, e modelos das possíveis explicações de tais fatos. Através destes modelos de relação, baseados em categorias, explicações e em outros aspectos, os utilizadores de uma língua podem determinar simbolicamente a posição de um facto experimentado individualmente naquilo que é experimentado por eles como o seu mundo real. Desse modo, as línguas auxiliam os seus utilizadores a integrar e em geral a organizar as percepções individuais de acordo com a sua posição nesse mundo simbólico. [...] eles localizam os objetos de comunicação de acordo não só com a sua posição no espaço e no tempo, mas também com a sua posição no próprio mundo dos locutores tal como ele é indicado simbolicamente pelo padrão sonoro que os representa na língua dos locutores.³¹¹

É pertinente refletir, nesse momento, sobre o fato de que, se as emoções são socialmente construídas e as representações dos indivíduos acerca dos fatos envolvem tais emoções, as representações pessoais acerca da realidade passam pelas representações sociais da mesma. Assim também, a construção de significados e valores atribuídos aos bens pelo indivíduo (consumidor) e à própria ação no ato do consumo – seja de ideias, de tempo, de lazeres (incluídos nestes as variadas formas de manifestações do consumo de esporte: produtos, eventos, práticas) – sofrem os reflexos da construção social das emoções. Isso nos obriga a reconhecer a relevância do papel da cultura no comportamento e na ação “do consumidor”, em cujo entorno tudo pode se tornar consumível, inclusive o consumo, que só existe a partir do momento em que o termo “entrou nos costumes”, conforme pondera Baudrillard³¹². Se algo está na consciência individual, está, antes, na “consciência coletiva”.

³¹¹ Ibidem, p. 126-127.

³¹² BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 265.

Mesmo que não seja dito com todas as letras, então, em nossa sociedade “de consumo” – na qual aprendemos que é nosso direito, nosso dever e nossa salvação consumir (o termo aqui faz alusão tanto a gastos alimentares correntes como a despesas de “prestígio”) – as relações sociais, as formas de interação dos indivíduos com as coisas, com as outras pessoas, enfim, com o ambiente sócio cultural que o cerca, diferem de outros estágios, na mesma medida em que não se podia imaginar, outrora, que ao comer raízes, dar festas, dançar ou participar de um jogo se estivesse “consumindo”.

Nessa concepção de ser humano formado na e pela história do grupo a que pertence cada indivíduo, Elias³¹³ enfatiza as relações sociais em processos de longa duração que envolvem seres humanos interdependentes pensando, agindo e sentindo segundo os *habitus* do seu grupo social.

A expressão “grande jogo” usada por Elias³¹⁴ para descrever as relações sociais presentes na configuração sociedade quando a estudou é reveladora, no sentido de que para ele, o jogo refere-se ao desenvolvimento de um código de condutas e sentimentos que pode ser percebido nas e pelas relações sociais.

Na Sociologia Configuracional de Elias, a categoria fundamental para a interpretação da sociedade é a competição.

A esse respeito, O “Grande Jogo” da Sociedade³¹⁵ é esclarecedor, conforme podemos observar nos fragmentos que seguem:

o jogo não é uma entrada como outra qualquer na sociologia de Norbert Elias. É uma sua marca específica, uma espécie de esquema paradigmático pelo qual essa sociologia se ilumina. Falando da sociedade de corte, Norbert Elias define-a como um “grande jogo”. Não se trata de uma metáfora, mas da descrição realista e analítica das relações sociais dessa configuração que é a sociedade cortesã. Ora, essa sociedade não se diferencia substancialmente de toda a sociedade, mesmo que seja compreendida em sua acepção mais geral. Toda a sociedade é uma estrutura de competição. [...] Como e por que Norbert Elias foi levado a construir uma sociologia na qual o jogo se tornava o modelo da estrutura social? [...] Como não se pode entender o jogo sem recolocá-lo no conjunto das relações sociais, segundo Norbert Elias, não se pode compreender o lugar do jogo em sua sociologia sem levar em conta o conjunto da obra. O problema não é mais a substância das teses elisianas, mas a genealogia do pensamento e da obra elisianas. [...] Seria legítimo afirmar que não existe sociologia do jogo na obra de Norbert Elias. [...] Com efeito, é o estudo do desenvolvimento social que é efetuado nos termos do jogo. [...] À

³¹³ ELIAS, N. **Teoria Simbólica**. Trad. Paulo Valverde. Oeiras: Celta, 1994b.

³¹⁴ ELIAS, N. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

³¹⁵ GARRIGOU, A. O Grande Jogo da Sociedade. In: **Norbert Elias: a Política e a História**. (Orgns.) Alain Garrigou e Bernard Lacroix. Editora Perspectiva, São Paulo: 2001.

leitura dos livros concebidos nos anos trinta, não pode escapar a ninguém quão frequentemente Norbert Elias recorre aos jogos, a seu léxico para analisar situações cuja definição social está muito distante desse universo. [...] Assim como o jogo não é forçosamente um lazer, as estratégias sociais não excluem forçosamente sensações agradáveis próprias do jogo. O jogo é invocado para explicar a dimensão concorrencial das relações sociais. [...] O jogo ou a competição caracterizam as relações de interdependência que ligam os indivíduos e que constituem os grupos sociais, quaisquer que sejam sua dimensão e sua posição social. [...] O Jogo serve, portanto, para pensar relacionalmente os grupos sociais, os quais não são adições de agentes, mas são compreendidos como conjuntos de relações de interdependência.³¹⁶

A partir dessas leituras que estamos apresentando ao leitor, inferimos que as emoções conservam alguma base biológica, porém incorporam muito de aprendizado que se dá socialmente e é moldado pela sociedade. As formas como as crenças e as expectativas dos indivíduos são moldadas interferem nas emoções das pessoas.

A capacidade de interação com o meio social, dada pela linguagem, possibilita que as pessoas aprendam a perceber os fatos e a reagir a eles de acordo com os ensinamentos postos/assimilados em cada comunidade cultural. Assim, quase tudo no comportamento do indivíduo (quando e por que sentir raiva, medo, sofrimento, felicidade, tristeza, prazer; como manifestar essas emoções e se é apropriado ou não expressá-las), é moldado pelas sociedades. Desse modo, se a sociedade modificar-se, o comportamento dos indivíduos será alterado, pois comportar-se-ão de acordo com a dinâmica em exercício. Isso quer dizer que alterações nas normas sociais implicam mudanças nos julgamentos que as pessoas fazem acerca das próprias emoções, das emoções daqueles com quem interagem. A experiência emocional de cada indivíduo também é marcada e afetada por elas. Pode haver diferenças nos repertórios emocionais dos indivíduos em consequência do tratamento diferenciado que experimentam na sociedade em função do sexo, da idade, dentre outras variantes (pensamos em incluir aqui o grau de instrução e a formação/atuação profissional), o mesmo ocorrendo em relação às primeiras experiências junto à família.

O que se pode concluir, a partir das considerações até aqui expostas, é que o consumo transcende o ato de escolha. Os sentimentos positivos e negativos dos indivíduos em relação àquilo que consomem estão associados

³¹⁶ Ibidem, p.67-68; 75-77.

às recriminações ou incentivos emocionais da família, da escola e outros grupos de convivência, instituições, mídia e propaganda, dentre outras fontes.

Para aprofundar a discussão sobre aspectos que diferenciam os seres humanos dos animais, Elias³¹⁷ entende que a abordagem da evolução das emoções pode ser um ponto de partida. Assim, levanta três hipóteses sobre as características que distinguem as emoções humanas em relação às emoções de outras espécies.

A primeira seria a de que a espécie humana representa uma ruptura evolutiva. Todos os animais pertencentes a diferentes espécies apresentam em sua constituição um repertório de comportamentos inatos e alguma capacidade para a aquisição de outros, sendo que há predominância do primeiro sobre o segundo. Quanto à espécie humana, pela primeira vez no processo evolutivo, as aquisições dadas pela aprendizagem no curso do seu desenvolvimento superaram os componentes inatos.

A segunda – um desdobramento da primeira – é a de que os seres humanos não só podem como devem aprender muito mais do que outras espécies como forma de sobrevivência. Com a evolução as formas não aprendidas de conduta enfraqueceram dando um espaço cada vez maior a formas aprendidas. A espécie humana estaria biologicamente constituída para ser orientada pelos conhecimentos aprendidos.

De acordo com Elias³¹⁸, tal como outros animais, os seres humanos permaneceram biologicamente equipados com tipos não aprendidos de comportamento, incluindo a comunicação: rir, gemer, chorar de sofrimento dentre outros. Na medida em que estes tornam-se funcionalmente enfraquecidos, os humanos devem e precisam aprender de outros uma linguagem pré-existente de uma sociedade específica, não apenas para se comunicarem, mas para se tornarem seres humanos individuais e plenamente funcionais.

A terceira é a de que nenhuma emoção de uma pessoa adulta é completamente não aprendida. Neste caso, as características humanas, inclusive as emoções, são sempre decorrentes do entrelaçamento entre processos inatos e aprendidos. Em todas as emoções humanas, há, segundo o

³¹⁷ ELIAS, N. **Teoria Simbólica**. Trad. Paulo Valverde. Oeiras: Celta, 1994b.

³¹⁸ Idem.

autor, três aspectos: comportamental, fisiológico e sensível. Para ele, o fato de os membros das diferentes comunidades linguísticas disporem de um vasto vocabulário (conhecimento) para conversarem sobre as próprias emoções e sobre as emoções alheias, para comunicarem seus sentimentos, bem como diferenças no uso do vocabulário pelas diferentes pessoas, comprovam que a aprendizagem desempenha um papel no componente sensível das emoções.

A conexão entre natureza humana e sociedade humana pode ser observada, segundo Elias³¹⁹, durante a aprendizagem de um idioma por uma criança, quando é possível o entrelaçamento de dois processos: um processo biológico de maturação e um processo social de aprendizagem. Trata-se da comprovação de que os seres humanos são, por natureza, feitos para viver com os outros, para uma vida em grupo, “para entrarem no mundo simbólico, tal como na vida, enquanto indivíduos distintos e com uma voz própria”³²⁰.

Devemos, mais uma vez, referir o fato de que as crianças, no seu processo biossocial, atravessam uma fase em que, por natureza, estão preparadas para aprender a língua daqueles que as educam. Este é o ponto charneira no desenvolvimento das pessoas que desafia, da forma mais inequívoca, a crença generalizada de que a vida em sociedade é contrária à natureza humana. O processo biológico proporciona, neste estágio, uma disposição natural que só pode frutificar se for ativada por um processo social, pelas pessoas mais velhas que falam entre si e com as crianças, e por um processo de aprendizagem individual. Ocasionalmente, a cultura combate a natureza e a natureza combate a sociedade, mas pode ser útil relembrar de novo que as características individuais básicas da natureza humana se desenvolvem apenas através da vida em conjunto com os outros, através da vida em sociedade. A concatenação de um processo biológico, de um processo social e de um processo individual, que é a condição para a capacidade humana de falar, é um exemplo manifesto do entrelaçamento de um processo biológico, de um processo social e de um processo individual num dos pontos de viragem de uma vida humana³²¹.

Elias³²² insiste em nos lembrar que tanto a língua quanto o conhecimento são aspectos pré-existentes a qualquer indivíduo. O conhecimento não é separado do contexto da comunicação humana. Então quando afirmamos que uma criança, em nosso meio, “está aprendendo a falar”, não nos damos conta do que se dá, de fato. Ou seja: a disposição natural que ela tem para falar – tal como os humanos em geral – é padronizada e

³¹⁹ Ibidem, p. 146.

³²⁰ Ibidem, p. 129.

³²¹ Ibidem, p. 128.

³²² Idem.

estruturada pela língua partilhada pela comunidade linguística da qual, como nós, ela também passou a fazer parte desde o momento em que nela nasceu. Ao aprender uma primeira língua (a sua língua materna) cada criança tem acesso ao mundo simbólico (aprende que os padrões sonoros representam simbolicamente objetos específicos de comunicação também para as outras pessoas do seu grupo). Não se trata, portanto, de uma realização puramente individual e sim da interligação dos processos biológicos, sociais e individuais.

De acordo com o autor, uma língua pode integrar ou separar; pode comunicar conhecimento de uma pessoa para outra ou de geração para geração, mas também pode limitar.

Do fato de nossa língua materna existir antes de cada um de nós, decorre que as nossas experiências e, conseqüentemente, a percepção que temos do mundo, são padronizadas por condições já existentes. Tais condições, esclarece Elias³²³, não impedem que obtenhamos conhecimento sobre o mundo tal como ele é realmente e são primordiais para a congruência da sua comunicação e orientação. O sucesso da espécie humana na sua luta pela sobrevivência, o fato de não perecerem, argumenta, é a prova de que os meios de orientação dos quais é dotada contribuem para uma maior congruência do conhecimento com a realidade em comparação com outros seres vivos.

O autor propõe uma inovação quanto ao tipo de questões que se costuma elaborar a respeito dos fatos. Ao invés de se perguntar se a linguagem é natureza ou cultura, por exemplo, ele sugere: “qual é a relação entre os níveis natural, social e individual da linguagem?”³²⁴

Mesmo nas formas silenciosas de usar a linguagem (pensamento), afirma, a componente sonora está presente, pois em algum momento os pensamentos serão verbalizados.

Como a mobilização, a padronização e a estruturação da disposição natural para falar se dão por meio de uma língua partilhada por grande número de pessoas, que juntas formam uma comunidade linguística, para cada um de seus membros é instrumento de representação, comunicação, expressão e orientação. Os membros individuais da sociedade, cuja língua é comum,

³²³ Idem.

³²⁴ Ibidem, p. 129.

podem enriquecê-la ou enfraquecê-la, porém há uma limitação quanto à possibilidade de mudá-la. Processos naturais, sociais e individuais desempenham um papel na produção de símbolos de uma língua.

Não há conhecimento sem consciência, nem consciência sem conhecimento, afirma Elias. Consciência é uma designação para a condição em que os símbolos sonoros armazenados, ou seja, conhecimento como meio de orientação, podem ser, de forma normal, mobilizados livremente. Isso quer dizer que o “lugar do conhecimento” não é apenas na mente de uma pessoa. Ele pressupõe relações intergeracionais que envolvem cooperação e disputas.

De acordo com Elias, o conhecimento identifica-se com a linguagem e esta com o conhecimento e o pensamento. Todos os símbolos sonoros possuem as duas funções: de comunicação e de orientação. Conhecimento e linguagem, portanto, são manifestações humanas indissociáveis, não existem separadamente. O fato de as pessoas poderem armazenar, relembrar e manipular os símbolos sonoros valoriza a sua função de orientação, porém não elimina a sua função de comunicação, apenas a diminui.

O conhecimento só pode desempenhar sua função de orientação se a sua função de comunicação for revivida. Mais cedo ou mais tarde, o conhecimento tem de assumir a sua forma sensorial como uma comunicação falada ou escrita de uma pessoa com as outras pessoas. [...] Os seres humanos não podem comunicar sem manusear conhecimento e não podem manusear o conhecimento sem o uso de uma língua, sem mais cedo ou mais tarde, comunicarem com os outros.³²⁵

Faremos, aqui, um adendo: a inclusão das ideias do pensador Karl Mannheim – responsável pela introdução da Sociologia do Conhecimento como disciplina científica. Segundo Hunger³²⁶, cujas produções mediam a leitura que fizemos do citado autor, a última forma do historicismo é a Sociologia do Conhecimento. Trazer Karl Mannheim para nossa reflexão é relevante porque em Elias, percebemos influências do referido autor e, também, pelo fato dele ter “incorporado” o espírito do historiador e do sociólogo e tê-lo “propagado”, chamando os “intelectuais” para a difícil tarefa de fazer a “síntese” das variadas tendências que agitavam o mundo político, de um mundo em crise – pois suas

³²⁵ Ibidem, p. 133-134.

³²⁶ HUNGER, D. **Educação Física, Esporte e Lazer à luz da sociologia do conhecimento de Mannheim**. In: CONEXÕES, Revista da faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 1, n. 2, 1999.

teses implicavam na legitimação daquele grupo específico, cujas características nos interessam diretamente no estudo a que estamos nos dedicando. A questão de como diferentes grupos e cada indivíduo neles integrado interpretam/divulgam/aplicam os conceitos (de consumo ou de Esporte e Lazer, por exemplo) produzidos na história da humanidade, bem como o papel daqueles que produzem conhecimento em tais áreas podem ser analisados com maior rigor a partir desse referencial teórico.

Enquanto a crítica de Mannheim se volta para os métodos de análise epistemológico e psicológico, Elias critica a influência do pensamento físico, químico e biológico nas ciências humanas. Os conceitos de configuração, interdependência, força relativa, competição e poder presentes em Mannheim, são tomados na mesma perspectiva figuracionista, apesar de ganharem outro enfoque. Certamente a Sociologia Configuracional de Elias, apresenta nuances teóricas de Mannheim, pelo fato de ter trabalhado com ele como seu assistente.

Uma vez que os conceitos de Elias podem ser associados aos de Mannheim, faremos uma breve exposição do seu método sociológico, ou seja, da Sociologia do Conhecimento de Mannheim, iniciando com uma citação que bem expressa sua visão:

pertencemos a um grupo, não apenas porque nascemos nele, nem porque professamos pertencer a ele, nem finalmente porque lhe oferecemos nossa lealdade e lhe prestamos nosso preito de fidelidade, mas, primeiramente, porque vemos o mundo e certas coisas do mundo da mesma maneira pela qual eles os vêem (isso é, em função das significações do grupo em apreço) cada conceito, cada significado concreto é resultante das experiências de um determinado grupo. Em qualquer definição todo o conteúdo substancial, toda a avaliação não mais suscetível de merecer um consenso sofre uma reinterpretação em termos funcionais.³²⁷

Em “Ideologia e Utopia”³²⁸ discute o conceito sociológico do pensamento numa perspectiva histórica. Em sua proposta, pontua a relação entre pensamento e existência. A adequada compreensão dos modos de pensamento, afirma, passa pelo desvendamento de suas origens históricas e sociais. Uma vez que, segundo ele, o conhecimento tem sua base em

³²⁷ MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008, p. 20-21.

³²⁸ MANNHEIM, K. **Ideologia e Utopia: introdução à sociologia do conhecimento**. Porto Alegre: Globo, 1950.

condicionantes sociais, é um elemento que não pode ser tratado de forma desvinculada nem da esfera social na qual se manifestou, nem de seus produtores. Ele afirma que os processos sociais influenciam o processo de produção do conhecimento.

Assim, de acordo com Mannheim, o grupo social daquele que produz determinado conhecimento, justamente por ser a base do conhecimento produzido, torna-se um fator explicativo.

No texto que introduz “Sociologia da Cultura” de Karl Mannheim, Mannheim³²⁹, para quem tal estudo é uma extensão da já mencionada Sociologia do Conhecimento, coloca que os conceitos representam reações interpretativas de situações dadas. Segundo ele,

lidamos, na verdade, com quatro variáveis: (1) a situação, como uma comunidade, uma nação, uma revolução, ou uma classe, que procuramos interpretar quando reagimos a ela; (2) o indivíduo peculiarmente envolvido na situação e que, portanto, forma dela uma imagem. Tais envolvimentos podem incluir objetivos ocupacionais, aspirações políticas, laços de parentesco, rivalidades econômicas e alianças, em suma, uma variedade de ligações superpostas a grupos; (3) o conjunto de imagens que o indivíduo ou grupo adota; (4) finalmente, os destinatários para quem a imagem é transmitida, incluindo suas compreensões peculiares, os símbolos aos quais atribuem significado e um vocabulário ao qual respondem. [...] O sociólogo deve partir da interdependência desses quatro fatores, pois o tratamento de qualquer um deles como variável independente introduz no estudo da ideação um tipo de determinismo injustificado e acrítico.³³⁰

Mannheim³³¹ afirma que os integrantes de um grupo cooperam e competem entre si, organizando-se em diferentes grupos, cujo pensamento oscila entre o similar e o antagônico. Assim reunidos, os indivíduos forçam por modificar ou perpetuar determinadas condições da sociedade, de acordo com a posição do grupo a que pertencem. Os problemas, conceitos e modos de pensamento emergem dessa atividade coletiva. A competição, portanto, tem papel decisivo no aparecimento de novos conhecimentos e dos sentidos em que se desenvolvem. O mercado econômico e o curso dos acontecimentos políticos e sociais ficam subordinados a ela, que impulsiona também as diversas interpretações de mundo. Quando desvendadas suas origens sociais,

³²⁹ MANHEIM, E. In: MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008. p. xiv.

³³⁰ Ibidem, p. xiv-xv.

³³¹ MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008.

tais interpretações, revelam-se como expressões intelectuais de grupos em luta pelo poder.

O que Mannheim quis demonstrar é uma síntese das relações entre a existência social e o pensamento.

As formas de pensamento são orientadas no sentido de transformarem-se ou persistirem em consonância com as forças sociais. A força social que se opõe à ordem existencial interfere no destino das concepções. O referido autor ressalta que logo quando o indivíduo aprende o método de se orientar no mundo, é capaz de transpor horizontes, para além de sua cidade, compreendendo-se como integrante de uma situação nacional e, por fim, de uma situação mundial. Da mesma forma, poderá compreender o lugar da sua geração, o seu entorno em seu tempo e este como elemento de um processo histórico.

Assim, é que

a despeito de sua variabilidade em diferentes épocas, o homem sempre se coloca questões similares sobre si mesmo: como pensar-se para agir. Algum tipo de concepção do mundo e do eu, ainda que não tenha formulada, nos acompanha a cada passo. A pergunta: quem somos? É sempre feita, mas com objetos de permeio. É no confronto com as coisas ou situações que o homem reflete sobre si. Eu não saberia o que responder se me perguntassem quem sou ou o que sou; seria outro o caso se a pergunta fosse o que sou aos olhos de A ou B. É através das visões dos outros que nos compreendemos a nós mesmos. A questão decisiva, entretanto, é saber quem é esse outro em cujos olhos nos vemos. [...] O que é verdade para o indivíduo se aplica quase que identicamente aos grupos. Eles também têm um “eu refletido” [...] A história das auto-interpretações coletivas é num certo sentido a própria evolução da consciência, caracterizando-se cada fase desse desenvolvimento pela natureza desses outros em cuja imagem o homem se vê.³³²

É preciso lembrar que Mannheim foi nomeado professor de Sociologia da Universidade de Frankfurt em 1930, época em que convidou Elias para trabalhar como seu professor-assistente. Entretanto, em 1933, obrigado a fugir para a França, o segundo não consegue concluir o processo que lhe daria direito ao posto de assistente de cátedra do primeiro. Apesar de ter apresentado sua tese de *habilitation* (sobre a vida na sociedade de corte francesa dos séculos XVII e XVIII) naquele ano, somente em 1969, o referido

³³² MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008. p 70.

trabalho foi publicado pela primeira vez – 35 anos depois de terminado e com o título modificado para “A Sociedade de Corte” e sobre o qual já comentamos.

Posto isso, queremos expor nosso raciocínio sobre questões que, acreditamos, envolvem a análise dos dados coletados em nossa pesquisa.

Do ponto de vista sociológico, conhecimento é aquilo que consideramos como real e verdadeiro. Socialmente criado, dele depende o senso que cada um de nós e todos temos de realidade. No decorrer de nossas vidas “obtemos” – por meio de uma língua e no convívio com outras pessoas – o conhecimento de como funciona o mundo social e levamos tal conhecimento conosco para nosso cotidiano. Aprendemos a participar das situações que constituem a vida social graças à existência desse conhecimento comum subentendido na cultura.

Os indivíduos que constituem a amostra são pesquisadores, cujo trabalho envolve um conhecimento específico: o tecnológico. Entendemos que aqueles que produzem qualquer conhecimento científico/tecnológico o fazem a partir do conhecimento pré-existente no grupo social a que pertencem. Os avanços nas diferentes áreas do conhecimento garantem uma posição privilegiada àqueles que o detêm, tornando-se a posse dele instrumento de poder.

Graças aos “artífices mundiais de cultura”³³³ não podemos negar que, tal como cada um de nós, os colaboradores do LACTEC são “cidadãos do mundo” (são “consumidores” na “Sociedade de Consumo” e/ou “jogadores” na “Sociedade do jogo” – mirando-se no espelho que reflete a visão dos olhos de quem os vêem). Entretanto, qual é a posição do Brasil – e, conseqüentemente dos brasileiros, o que inclui o mencionado grupo – no “sistema-mundo”³³⁴ em termos de desenvolvimento, inclusive do tecnológico? A que tipo de nações estão filiados nossos pesquisados nesse contexto? A autonomia e independência política e econômica de cada nação passam, ainda, pelo poder decorrente da detenção de conhecimentos e/ou a seu acesso? A mundialização vem colocando desafios e perspectivas, antes não imaginados, para os diversos aspectos da cultura, pois é nesse âmbito que percebemos a

³³³ Sobre o uso do termo “artífices mundiais de cultura”, Cf. ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

³³⁴ Sobre “sistema mundo”, Cf. JOHNSON, A. G. **Dicionário de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997, p. 209.

dificuldade de se definir qual o lugar das coisas, das pessoas das ideias e, até mesmo se elas de fato têm lugar fixo e/ou próprio. O que é real e o que é virtual?

Além de expor o que é grupo, Johnson³³⁵ esclarece que se trata de

um conceito valioso porque desempenha um papel relevante e complexo na vida social. A filiação a um grupo, por exemplo, constitui parte importante da identidade social do indivíduo. Como tal, os grupos são agentes fundamentais de controle social sobre o indivíduo, pois é neles que podem ser aplicadas mais diretamente pressões sociais pela conformidade, em especial quando aqueles que se desviam arriscam-se como resultado, a perder sua qualidade de membros. Os grupos são ainda importantes por causa das consequências sociais que produzem. É neles que ocorrem muitas das atividades sociais mais relevantes, da socialização e cuidados das crianças nas famílias à produção de bens, ao culto religioso, à educação formal, aos movimentos sociais, à pesquisa científica, à política e à guerra. A atenção à maneira como os grupos funcionam, portanto, é essencial para compreender bem a vida social.³³⁶

A exemplo de Mannheim, Elias busca compreender a vida social baseando-se no funcionamento dos grupos, conforme podemos evidenciar em sua obra.

Para Elias, no caso dos seres humanos os impulsos emocionais inatos estão sempre relacionados com a capacidade pessoal adquirida de autorregulação, no decorrer da vida. O autocontrole se desenvolve como já vimos, em consonância com as necessidades e pressões impostas pela vida coletiva.

Porque o controle das emoções se dá pela aprendizagem, Elias entende que o grau de controle social e individual da violência está relacionado à representação do medo nas pessoas, em função dos perigos a que cada sociedade e seus membros podem estar expostos. Assim também, relaciona a intensidade do medo com o nível de conhecimento do homem sobre o que lhe causa medo. O autor afirma que o processo civilizador

ocorre em conjunto com uma limitação progressiva dos perigos externos e, assim, com uma limitação e canalização do medo que eles provocam. Os perigos tornam-se mais calculáveis, e mais regulados os caminhos e abrangência dos medos. A vida nos parece hoje ainda bastante incerta, mas isso não pode nem mesmo se comparar à insegurança do indivíduo na sociedade medieval. O maior controle das fontes do medo, lentamente estabelecido na transição para a nossa estrutura social, é sem dúvida uma das precondições mais elementares para o padrão de conduta que expressamos

³³⁵ JOHNSON, A. G. **Dicionário de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997.

³³⁶ Ibidem, p. 120.

com o conceito “civilização”. A armadura da conduta civilizada poderia desmoronar com grande rapidez se, através de uma mudança na sociedade, o grau de insegurança que antes existiu voltasse a nos atingir, e se o perigo se tornasse tão incalculável como outrora. Medos correspondentes logo depois arrebentariam os limites que hoje lhes são impostos. Não obstante, uma forma específica de medo de fato cresce com o aumento da civilização: o medo “interno” semi-inconsciente de uma quebra das restrições impostas ao homem civilizado.³³⁷

Ao refletir sobre as ideias de Elias no que toca ao medo e à violência e suas possíveis relações com o controle das emoções, Brandão³³⁸ esclarece sobre os sentidos que a palavra medo tem, ao ser empregada em diferentes passagens do livro “O Processo Civilizador”, contextualizando cada um dos sentidos. Em seguida, faz menção ao fato de Elias, no livro *Envolvimento e Distanciamento*, relacionar a intensidade do medo com o nível de conhecimento do homem sobre o que lhe causa medo e ao fato dessa relação passar a fazer parte do aparelho coercivo do indivíduo na medida em que ela se insere na sua estrutura mental e psicológica.

Na sequência, Brandão explica que, para Elias, o principal de todos os medos que têm os humanos – o medo da morte – é a fundamental diferença entre os mesmos e os animais. Somente os humanos, dentre os seres vivos sabem, antecipadamente, que vão morrer um dia e que esse acontecimento pode se dar a qualquer momento, o que faz com que os homens busquem maneiras de se protegerem desse perigo, em grupo ou individualmente. Ressalta que, segundo Elias, esse sentimento, comum a todos os seres humanos, como fruto de determinada aprendizagem é diferenciado em cada sociedade, dependendo do nível de controle dos impulsos e das paixões e da pacificação interna de cada agrupamento social. O medo da morte e os mais variados tipos de medo que sente o homem seriam resultado de sua capacidade de prever e de lembrar as consequências de suas ações.

Pontua o que diz Elias sobre a possibilidade de o Processo de Civilização sofrer retrocessos, pois não se pode afirmar que qualquer processo de pacificação conduzirá, necessariamente, a níveis cada vez menores de violência entre os indivíduos de determinado agrupamento social e/ou entre os

³³⁷ ELIAS, N. **O Processo Civilizador – Uma História dos Costumes** (vol. 1). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. p. 268-269 (nota 124).

³³⁸ BRANDÃO, C. F. **O Controle das Emoções, o Medo e a Violência**. In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.

diversos agrupamentos sociais. A pacificação seria algo a ser construído a cada instante. A tarefa de controlar a violência pode se tornar facilitada, no caso de grupos sociais em que a internalização do autocontrole por parte dos indivíduos tenha se dado ao ponto de tais grupos atingirem alto nível de controle da violência no trato de seus conflitos internos. Porém, ela jamais será totalmente resolvida, pois pelo fato das pessoas serem diferentes, o conflito é inerente às relações humanas e, portanto, sociais. Utilizando-se das palavras de Waizbort, Brandão³³⁹ pondera que o Processo de Civilização “é justamente a regulação dos conflitos mediante coações exteriores e autocoação; quando elas não são ‘eficazes’, o conflito eclode sob a forma de violência”³⁴⁰.

As coações exteriores e a autocoação que possibilitam a regulação dos conflitos nas relações sociais levam as pessoas a uma sensação de tensão e *stress*. Segundo Elias e Dunning,

a descoberta de instituições biológicas e de disposições planeadas para proporcionarem alívio e, por vezes, uma sensação de libertação das pressões derivadas do acentuar das tensões possui um significado particular. A excitação agradável motivada pelo combate simulado de um confronto desportivo é um exemplo elucidativo de uma instituição que utiliza uma forma natural específica para contra-atacar, e talvez resolver, as tensões provocadas, as quais se desencadeiam em ligação com o controlo dos impulsos.³⁴¹

O lazer moderno teria surgido como um meio de prover os estímulos necessários ao funcionamento satisfatório do organismo em que se constituiu o ser humano no processo evolutivo biológico – particularmente pela companhia de outros seres humanos. Elias o aponta como uma das formas pelas quais a disposição biológica de libertação das tensões já mencionadas pode ser socialmente ativada e padronizada. A propensão para o riso é citada pelo autor como um exemplo de disposição humana que não é aprendida. Como uma instituição biológica, afirma, o riso é característico da singularidade do ser humano, mesmo que se derive de antecedentes pré-humanos.

³³⁹ BRANDÃO, C. F. **O Controle das Emoções, o Medo e a Violência**. In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005, p. 187.

³⁴⁰ BRANDÃO, C. F. **O Controle das Emoções, o Medo e a Violência**. In: Introdução à Sociologia da Cultura: Max Weber e Norbert Elias. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.

³⁴¹ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992. p.96-97.

É importante observar que na proporção em que aumentam as restrições na sociedade, cresce o número de atividades de lazer que surgem como possibilidades para a libertação do *stress* causado por elas. Isso pode ser notado em modificações na música e no teatro, no surgimento de novos estilos de cantar e dançar, bem como na forma de participação dos espectadores nos desportos.

Comenta ainda sobre o fato de o desporto-lazer estar muito divulgado nas sociedades mais abastadas do nosso tempo e que, comparado ao desporto profissional e de alto nível, pode chamar atenção como instituição social. Mas sugere que podem ganhar maior importância se o tempo dedicado ao trabalho puder ser reduzido.

Atenta para o fato de que estudos sociológicos têm focado o fenômeno da espetacularização do esporte, negligenciando práticas de atividades desportivas e outras de lazer que podem ser observadas no cotidiano.

Dentre a grande variedade de atividades de lazer que as sociedades mais complexas oferecem acredita que a escolha, a adoção de determinada prática de lazer é feita de acordo com os temperamentos, constituição física, necessidades libidinais, afetivas ou emocionais.

Elias e Dunning evidenciam a relevância das reações emocionais no lazer por desempenharem funções de quebra da rotina³⁴² e gerarem uma tensão/excitação agradável. Observam, ainda, a existência de atividades de lazer como uma área social de libertação das restrições do não lazer nas sociedades em diferentes estágios de desenvolvimento, constatando que a generalização das restrições sobre o comportamento dos indivíduos e a simultânea internalização das mesmas refletem-se, também, na área do lazer. Isso quer dizer que a excitação e a emoção compensadora que as pessoas buscam nas atividades de lazer são limitadas igualmente por restrições civilizadoras. Assim, também, o desenvolvimento de tais atividades no interior da sociedade é determinado pelas necessidades sociais e individuais,

³⁴² “Entendemos “rotinas” como sendo canais correntes de ação reforçada por interdependência de outros, e impondo ao indivíduo um grau bastante elevado de regularidade, estabilidade e controlo emocional na conduta, e que bloqueiam outras linhas de ação, mesmo que estas correspondam melhor à disposição, aos sentimentos, às necessidades emocionais do momento”. ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992, p.149.

ressaltando que as necessidades individuais podem ser psicológicas ou biológicas.

Se o que as pessoas procuram/encontram nas diversas formas de lazer são as formas miméticas de excitação, é nesta perspectiva – a da necessidade e busca/satisfação de excitação e emoção – que se deve compreender o desenvolvimento do lazer, incluindo-se neste mesmo campo o esporte.

Daí a importância de se identificar as características das necessidades individuais de lazer desenvolvidas em nossa sociedade e as características específicas de lazer desenvolvidas na sociedade capazes de satisfazer as necessidades individuais.

Diante da complexidade que envolve investigações sobre o lazer e dos problemas com que os estudiosos se deparam, os autores colocam a necessidade de transcender os limites das especialidades acadêmicas impostos atualmente. É que, segundo eles, não se pode desconsiderar o problema da relação entre os fenômenos do nível social e os que se encontram nos níveis psicológico e fisiológico. Para resolver esse problema recorrem à filosofia – pois que ela antecede à divisão das diferentes especialidades – “emprestando” de Aristóteles o conceito de catarse³⁴³, utilizado pelo mesmo em suas formulações a respeito dos efeitos da música e do drama nas pessoas, partindo de fatos estudados na fisiologia. O “efeito catártico” não é um fenômeno apenas biológico; também não se limita ao campo da psicologia ou da sociologia. Daí que os autores propõem que seja levado em conta como é que no estudo do lazer se relacionam os níveis sociológico, psicológico e biológico.

Devido às propriedades do desporto/lazer, Elias e Dunning o tem como um campo propício para um controlado descontrole do controle das emoções: a liberação das tensões provenientes do *stress* diário e a simultânea manifestação intensa de sentimentos, sem colocar em risco a integridade (física ou moral) das pessoas, ou ameaçar à ordem social estabelecida. Para eles,

³⁴³ “A palavra catarse vem do conceito médico ligado ao expulsar de substâncias nocivas ao corpo, com a limpeza do corpo por meio de uma purga. Aristóteles sugeriu que, num sentido figurado, a música e a tragédia provocam algo similar nas pessoas. Possuíam também um efeito curativo desencadeado não através dos intestinos, mas através de ‘um movimento da alma’”. ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992, p.122.

o desporto permite às pessoas a experiência da excitação total de uma luta sem os seus perigos e riscos. O elemento do medo na excitação, ainda que não desapareça por completo, é bastante reduzido, e o prazer da excitação do combate é, por esse motivo, elevado. A partir daí, se falarmos dos aspectos miméticos do desporto, referimo-nos ao fato de que ele imita, de forma seletiva, uma luta da vida real. O esquema de um jogo desportivo e a destreza de um homem ou de uma mulher desportista permitem que o prazer do confronto se desenvolva sem ferimentos ou mortes. [...] Os confrontos do desporto permitem alcançar a vitória sobre os outros através de uma luta física, sem provocar danos físicos. O desfecho da tensão do confronto e o esforço para atingir a vitória podem ter um efeito alegre e purificador. É possível usufruir da confirmação do seu próprio valor sem má consciência³⁴⁴.

O efeito catártico que formas miméticas de lazer proporcionam às pessoas e o fato de cada vez mais elas buscarem essas formas de lazer, justificam o entendimento dos autores de que não seria o atenuar das tensões e sim uma tensão específica, uma forma de excitação geralmente evitada em outras esferas que é procurada em tais formas de lazer.

Os autores consideram a agradável excitação desencadeada pelo confronto como a satisfação de uma necessidade básica, por certo induzida socialmente, de uma necessidade humana em si mesma, particularmente se o confronto exige esforços corporais como se verifica no caso do desporto³⁴⁵. Por isso adverte que uma sociedade precisa oportunizar a seus membros, especialmente aos mais jovens, a participação, seja como “atores” ou “espectadores”, em atividades de lazer desportivas, a fim de que possam vivenciar o tipo de “luta” a que nos referimos e a agradável excitação que ela provoca. A carência desse “exercício” pode levar ao entorpecimento da vida desses membros pela impossibilidade de se aliviarem do “*stress* provocado pelas tensões que podem surgir se as operações de controlo lutarem, temporária ou permanentemente, contra os impulsos, e os impulsos contra os controlos”³⁴⁶. Para eles, deve haver um equilíbrio entre tais vivências e a vivência de tensões não excitantes inerentes às rotinas regulares da vida social. É que essa agradável excitação produzida pela “luta” é complementar às restrições da vida – tão indispensáveis à existência da vida em sociedade quanto à primeira.

³⁴⁴ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992. p.81 (nota de rodapé).

³⁴⁵ Ibidem, p.94-95.

³⁴⁶ Ibidem, p.96.

O fato de as lutas entre seres humanos serem consideradas excitantes e agradáveis para as pessoas, conforme Elias, é uma descoberta que, como cientista, ele não pode modificar; ainda que não seja do seu agrado apresentá-la:

descobri que os seres humanos, tal como eu os posso observar, para além da excitação agradável do sexo também necessitam de outras formas de excitação deleitante, sendo a excitação da luta uma delas, e que, na nossa sociedade, quando se atingiu um nível razoavelmente elevado de pacificação, esse problema foi até certo ponto resolvido pela provisão de combates miméticos, confrontos realizados por meio do jogo num contexto que pode originar uma excitação agradável, desencadeada pelo combate, com o mínimo de ferimentos nos seres humanos. Tal como a quadratura do círculo, é uma tarefa quase impossível. Apesar disso, foi resolvida sem planeamento, como se fosse por acidente³⁴⁷.

A constatação de Elias e Dunning nos reporta a Veblen³⁴⁸ e à afirmação feita por ele de que o espírito habitualmente belicoso era o traço preponderante na natureza humana; o instinto predatório, a propensão para a luta, para a competição teriam se tornado elementos constituintes da sua personalidade. Logo, as relações humanas, e conseqüentemente sociais, estariam orientadas para a competição e não para a cooperação, de forma que a humanidade estaria condenada ao modo de vida que “escolhera”. De acordo com o autor, arraigadas nos instintos, surgem as instituições e estas têm um papel coercivo sobre a conduta dos indivíduos, influenciando a formação dos seus desejos. O desejo de cada agente seria o resultado de suas características inatas e da sua experiência de vida que se realizam dentro de uma malha institucional e de circunstâncias materiais. As instituições estariam como que se internalizando à medida que formam preferências individuais.

Apesar de Veblen não sentir qualquer apreço pelo lazer e caracterizar o esporte como uma “pseudo-atividade”, que canalizaria energias que, em outras direções, poderiam tornar-se perigosas; como uma erupção da violência, da opressão e do espírito predatório; contrariamente a Elias – que vê o lazer e o esporte com mais simpatia – ele também percebe que mesmo antes do surgimento do dinheiro e do capitalismo, nas sociedades em diferentes estágios de desenvolvimento, sempre houve o que Elias designou como

³⁴⁷ Ibidem, p. 95.

³⁴⁸ VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. In: Os pensadores. São Paulo: 1974.

“compulsão aquisitiva”, seja por terra, por dinheiro, por poder. Assim também, tal como Elias, Veblen faz referência a inovações evolutivas que deram à espécie humana algumas “vantagens” em relação a outros animais: características distintivas que envolvem aprendizagem, mudança sócio-cultural.

Podemos deduzir que não resulta do acaso o medo que sentimos de que aconteça uma grande guerra mundial – fatal para toda a sociedade humana – ou de reagir a um assalto à mão armada, apesar de ter vontade de fazê-lo quando ameaçados. Elias também afirma que “as guerras pertencem a uma sólida tradição da humanidade. Estão arraigadas nas suas instituições sociais, assim como no *habitus* social, na imagem coletiva dos homens, mesmo dos que mais amam a paz”³⁴⁹.

Assim refletindo, somos levados a pensar que talvez isso também explique o fato de os seres humanos sentirem prazer em participar como atores ou como espectadores dos combates miméticos a que chamamos desporto. Afinal, “O desporto é sempre uma luta, em todas as suas variedades, uma luta controlada, num quadro imaginário, quer o adversário seja a montanha, o mar, a raposa ou outros seres humanos”³⁵⁰.

Ainda assim, Elias é otimista quanto ao futuro da humanidade. Conclui que estamos num estágio muito inicial de desenvolvimento, visto que, em tempos “modernos”, nos comportamos ainda como bárbaros. Porém, acredita que aprenderemos o modo de viver em paz uns com os outros, apesar do longo caminho a ser percorrido no processo de aprendizagem da não-violência como um estado “natural”.

A repulsa a atos violentos na maioria das sociedades contemporâneas e o surgimento de novas práticas de lazer que excluem o confronto “corpo a corpo” entre os participantes – ainda que não eliminem a competição, o jogo – parece ser um sinal de que o desenvolvimento do desporto – lazer caminha no sentido da “civildade”. Tem sido comum, por exemplo, grupos de ciclistas ou de corredores ou de caminhantes ganhando as ruas durante a noite. Não se pode dizer que estejam lutando, a julgar pela leitura que se pode fazer de “suas expressões faciais”. Ao menos, não contra o outro; no máximo, cada um

³⁴⁹ ELIAS, N. **A condição Humana**. Trad. Manuel Loureiro. Rio de Janeiro/Lisboa: Bertrand/Difel, 1985, p. 14.

³⁵⁰ ELIAS, N.; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992, p.84.

consigo mesmo. E se tudo pode ou deve ser encarado como um processo – temporário, fugaz – em desenvolvimento – é possível que o conhecimento da humanidade se alargue o bastante para “libertá-la” daquilo a que está “condicionada” ou da “condição a que está aprisionada”. Se os *habitus* evoluem e se transformam, descobrindo-se o porquê dessa evolução/transformação, isso não seria impossível.

Quando Elias qualificou o “processo civilizador” como “cego”, certamente não quis dizer que a humanidade continuará para sempre a fazer “vistas grossas” ou “ouvidos mocos” aos sinais, aos rastros que a história tem revelado. Talvez, o mais arraigado de todos os instintos, o da sobrevivência, o mesmo instinto que conduziu os homens ao topo de uma cadeia, conduza-os à consciência de que podem fazer melhor em prol da preservação da própria espécie.

2.2.1. Espectro do tempo Livre

Visando um estudo mais adequado do lazer, Elias e Dunning chamam atenção para a diferença existente entre o que seria tempo de trabalho, tempo livre e tempo de lazer. Para demonstrar que “todas as atividades de lazer são atividades de tempo livre, mas nem todas as de tempo livre são de lazer” ³⁵¹, elaboraram um quadro classificatório denominado “Espectro do Tempo Livre”, contendo os principais tipos de atividades comumente realizadas em nossas sociedades no “tempo livre” (tempo liberto das ocupações de trabalho profissional). Tais atividades foram assim distribuídas: a) rotinas do tempo livre (provisões rotineiras como necessidades biológicas e cuidados com o próprio corpo, rotinas familiares e o governo da casa); b) atividades intermediárias de tempo destinada a suprir necessidades de formação/ auto-satisfação/ auto-desenvolvimento (trabalho não profissional, atividades religiosas, estudo privado com vista a progressos profissionais, passatempos do tipo hobby); c) atividades de lazer (atividades pura ou simplesmente sociáveis, que podem ser mais ou menos formais; atividades de jogo ou miméticas, com participação como membro da organização, como espectador ou como ator e uma

³⁵¹ Ibidem, p.123.

miscelânea de atividades menos especializadas, tais como viagens, banho de sol, dentre outras).

A elaboração do “Espectro do Tempo Livre”, segundo os autores, é uma tentativa de proporcionar uma classificação dos tipos de atividades desenvolvidas pelas pessoas no seu tempo livre, com o objetivo de esclarecer o conceito dos termos “lazer” e “tempo livre”. Trata-se de uma estratégia para estabelecer o “lugar” do lazer no tempo livre das pessoas e a relação entre os numerosos tipos de atividades de tempo livre.

Elias e Dunning pontuam o fato de a maioria das pesquisas sociológicas se concentrarem em o que chamaram de “áreas-limite” das atividades de lazer, como por exemplo, os meios de comunicação social, negligenciando a abordagem de outras atividades de lazer (teatro, desporto, danças com caráter social, a ida ao bar, concertos, touradas, etc.) como temas centrais de investigação.

O quadro torna possível visualizar o que as atividades de lazer têm em comum e o que as distingue entre si e de todas as outras atividades humanas, não restringindo-se ao trabalho profissional. Além disso, evidenciam o fato de que um grande número de atividades de tempo livre não é dedicado ao lazer. Esclarece, ainda, que, em sociedades complexas, a rotina está presente, em diferentes graus, também nas diversas atividades de tempo livre e não apenas nas profissionais. Logo, ele pode ser utilizado como argumento para a afirmação de que a esfera mimética é parte integrante da realidade social, visto que as atividades miméticas de lazer – apesar do pouco tempo que pode ser dedicado a elas pela maioria das pessoas – podem ser consideradas como uma das poucas possibilidades de se despertar emoções que levam a um comportamento excitado em público, socialmente permitido.

De acordo com os autores³⁵², o que as pessoas buscam vivenciar no lazer é a satisfação de uma necessidade: uma agradável tensão, uma excitação prazerosa que culmina num clímax de prazer e no relaxamento das tensões.

A questão por eles colocada é: “Por que é que a necessidade desse tipo de renovação está tão disseminada e, pelo menos no nosso tipo de sociedade,

³⁵² ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

por que é tão premente que as pessoas gastem tanto dinheiro em busca dela?”³⁵³

Elias e Dunning³⁵⁴ sugerem que uma das principais funções do desporto é de habilitar jogadores e espectadores a engajarem-se na procura por emoções. Primeiro porque se trata de uma participação voluntária. Depois porque pode conter elementos que a tornam agradável: movimento (motilidade), sociabilidade, capacidade de imitação ou a combinação dos três; além de ter caráter de alegria e diversão. Há também a satisfação cognitiva (prazeres intelectuais e estéticos). As questões de identidade e identificação podem ser atrativos. É como se o espectador se projetasse no ator e o ator encarnasse o personagem. Outro aspecto importante é que consiste num enclave onde as pessoas se permitem experimentar um relativamente alto – mas crucialmente variável – grau de autonomia no que se refere ao seu comportamento, identidades, identificações e relações.

Desde o início de suas vidas, nas sociedades humanas, as pessoas são orientadas para os relacionamentos com outras pessoas e para o “jogo”. O desporto que é pré-existente ao indivíduo, em todas as suas formas de manifestação em nossas sociedades, contém esses e outros elementos e podem proporcionar muito prazer. Porém, não deixa de ser mercadoria e, como tal, está disponível no mercado, sendo objeto de divulgação pela mídia. Os reflexos da publicidade se estendem ao amadorismo e mesmo a grupos específicos, cujas práticas visam apenas a “brincadeira”. No imaginário da sociedade e, por decorrência no dos seus membros, as diferentes atividades de lazer podem corresponder à posição que as pessoas ocupam na sociedade, indicando-lhes *status* e determinado estilo de vida. As práticas passam pelo gosto, (moldado socialmente) e este pelo conhecimento e possibilidade de acesso.

Consumir o esporte e o lazer, seja como ator ou espectador, envolve, necessariamente, disponibilidade de tempo. O Espectro do Tempo Livre deixa claro que a maioria das pessoas adultas teria pouco tempo para se dedicar a

³⁵³ Ibidem, p.156.

³⁵⁴ DUNNING, E., **Sport Matters**: sociological studies of sport, violence and civilization. London/ New York: Routledge, 1999.

tais atividades. Até mesmo crianças e adolescentes têm reduzido cada vez mais – por conta das exigências que lhes são impostas – o seu tempo de lazer.

Conforme já mencionamos, Elias aponta para o fato de que o desporto-lazer está muito divulgado nas sociedades mais abastadas e que, comparado ao desporto profissional e de alto nível, pode chamar atenção como instituição social. Além disso, sugere que podem ganhar maior importância se o tempo dedicado ao trabalho puder ser reduzido.

Parece-nos que o fato de estabelecer um lugar próprio para o lazer na esfera social, desvinculado do trabalho e reconhecer a importância e a necessidade do mesmo para as pessoas não é suficiente para que elas possam satisfazer tal necessidade. Para consumir o esporte e o lazer há que se ter o tempo disponível, além de recursos materiais.

Dentre a grande variedade de atividades de lazer que as sociedades mais complexas oferecem, Elias acredita que a escolha, a adoção de determinada prática de lazer é feita de acordo com os temperamentos, constituição física, necessidades libidinais, afetivas ou emocionais. É preciso associar essa afirmação à forma como ele entende o homem (na sua totalidade), considerando-se o organismo no qual se constituiu, em interdependência com outros grupos ou indivíduos, que vão regular seu comportamento e emoções conforme o tipo de relação que estabelece com outros, com o momento e com o local.

Ao reconhecer a Sociologia Configuracional de Norbert Elias como uma abordagem que pode contribuir para a consolidação da Sociologia do Esporte e do Lazer, além de nos apresentar uma sucinta leitura da mesma e pontuar sua relevância, Marchi Jr.³⁵⁵ menciona a preocupação de Goudsblom quanto à aplicação dos conceitos elaborados a partir do estudo do processo civilizacional nos diversos campos do conhecimento. Para Goudsblom, esclarece Marchi Jr., tais conceitos devem ser utilizados cautelosamente, pois esse sociólogo holandês levanta a necessidade de identificar alguns pressupostos que, supostamente, não têm sido devidamente considerados nos estudos sociológicos. Assim se expressa Marchi Jr.:

³⁵⁵ MARCHI JR., W. A Educação Física e o Campo Científico: repensando as possibilidades de pesquisa sobre o esporte e o lazer. In: **Esporte e Lazer: subsídios para o desenvolvimento e a gestão de políticas públicas**/ Org. Fernando Marinho Mezzadri; Fernando Renato Cavichioli, Doralice Lange de Souza. Jundiaí: Fontoura, 2006.

para Goudsblom, no estudo das interdependências e das configurações sociais as relações não se dão em normas comuns, nada é auto-evidente ou auto-explicativo, pelo contrário, criam-se laços ou teias sociais, nem sempre explícitas, que devem ser consideradas no seu tempo e espaço histórico. É a necessária relação entre o sociogênico e o figuracional na qual devemos evitar a monocausalidade no entendimento de como as pessoas agem, pensam e sentem. Nessa perspectiva orienta-se a aproximação do sociólogo e do historiador com o intuito de agregar o maior número de informações e fontes do cotidiano. É a formulação das questões de campo, ou, como chamou o sociólogo holandês, o “espectro das questões sociológicas”.³⁵⁶

O que pretendemos deixar claro é que em nosso trabalho estamos tentando auxiliar na “tecitura” e fortalecimento do “fio condutor” a que se referiu Marchi Jr. no mesmo texto citado. Para tanto, buscamos subsidiar a interpretação dos dados que coletamos acerca do consumo das práticas de esporte e de lazer pelos nossos pesquisados com respaldo não em uma ou outra teoria (seja da sociedade ou de consumo). Tanto ali, lá, ou acolá, poderá haver algum conhecimento útil à nossa análise. Além do que, é preciso estar ciente de que, dificilmente, alguma teoria, sozinha, dê conta de explicar qualquer fato social, especialmente em tempos de mudanças tão constantes.

De qualquer forma, urgem medidas, seja por parte de setores públicos ou da iniciativa privada, de ampliar as possibilidades de lazer aos membros das diferentes sociedades como forma de integração e socialização; como possibilidade de quebra de regras e reinvenção; de participação descontraída sem a obrigação de ganhar, ainda que ganhar dê mais prazer. A informalidade da atividade de lazer torna as práticas mais alegres, abrindo espaço para a liberação da imaginação e criatividade.

Se dispensarmos uma atenção maior ao que expressam as pessoas não apenas pelas coisas que dizem, pelas palavras proferidas, mas também por meio de gestos e expressões menos pensados ou ensaiados (como naquela situação que mencionamos de grupos de ciclistas, corredores ou caminhantes, os quais em vez de saírem às ruas durante a noite para praticar atrocidades, transformam-nas – ruas e noites – em tempo e espaço de lazer), talvez seja possível percebermos em alguém (mesmo que este alguém seja também um “consumidor” na “sociedade de consumo” e/ou um “jogador” na

³⁵⁶ Ibidem, p.39.

“sociedade do jogo”) algum sinal daquela felicidade como fruição total e interior, descartada por Baudrillard quando se fala de “consumo”.

As atividades de lazer (miméticas) – tidas como um descontrole das emoções controladas que provocam uma excitação agradável de relaxamento, são indispensáveis para os agentes sociais nas sociedades modernas. Entender o seu consumo significa descobrir o espaço que ocupam no imaginário coletivo e seus lugares nos desejos humanos.

E por falar em “espaço” e em “lugar”, o próximo capítulo nos conduz ao LACTEC.

É oportuno lembrar que os colaboradores do LACTEC – cujos hábitos de lazer estamos investigando – são também cidadãos do mundo, integrantes de uma sociedade global que aprendeu a se reconhecer como “A Sociedade de Consumo”, mas que, nos parece, ainda não se deu conta (de todo) de sua principal e mais antiga característica, característica esta que lhe “rendeu” também o rótulo de “Sociedade do Jogo”³⁵⁷.

³⁵⁷ Sobre a “Sociedade do Jogo”, Cf. MARCHI JR., W. Jogo e Esporte: Manifestações Histórico-Culturais no Modelo de Análise Sociológica de Norbert Elias. *In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias*. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.

CAPÍTULO 3. A CONFIGURAÇÃO LACTEC

3.1. METODOLOGIA

De acordo com Gil³⁵⁸, definimos a pesquisa social “como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa foi descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. Ela pode decorrer de razões de ordem intelectual, quando baseadas no desejo de conhecer pela simples satisfação de agir.

A pesquisa aplicada ao grupo do LACTEC tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos. Sua preocupação não está voltada para o desenvolvimento de teorias de valor universal, mas sim para a aplicação imediata numa realidade circunstancial. Conforme o autor, “de modo geral é este o tipo de pesquisa a que mais se dedicam os psicólogos, sociólogos, economistas, e outros pesquisadores sociais”³⁵⁹.

Gil³⁶⁰ afirma que cada pesquisa social tem um objetivo específico. As pesquisas descritivas, como a aqui proposta, têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, renda familiar, etc.

Porém, algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, pretendendo determinar a natureza dessa relação. Por isso definimos a metodologia do nosso trabalho como quanti-qualitativa, pois, por meio de dados numéricos descreveremos as características de um determinado grupo (pesquisa quantitativa) fazendo a análise sociológica com base nesses dados e estabelecendo possíveis

³⁵⁸ GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

³⁵⁹ Ibidem, p.43.

³⁶⁰ Idem.

relações com sua atividade profissional, ambiente de trabalho e estilos de vida (pesquisa qualitativa).

No estudo quanti-qualitativo descritivo a que nos propusemos, investigamos um grupo que desenvolve um trabalho intelectual, ou seja, atua diretamente na criação/produção de conhecimento em uma Instituição voltada à Pesquisa e ao Desenvolvimento Tecnológico em Curitiba.

Para sua realização, utilizamos dois instrumentos de pesquisa. Primeiramente, aplicamos um questionário para investigar a rotina e identificar os *habitus* de lazer do referido grupo. Esse instrumento de pesquisa foi elaborado pela pesquisadora e seu orientador para ser utilizado na pesquisa intitulada “Diagnóstico das Práticas de Esporte, Lazer e Saúde do Trabalhador” (2007) e, agora, foi adaptado para o grupo em questão.

Como o intuito é descrever um grupo, avaliando suas práticas de lazer e o consumo de bens culturais, esse instrumento contém variáveis qualitativas, ou seja, trabalha com dados categóricos mensurados em escalas nominais e ordinais³⁶¹. São cinquenta e sete questões fechadas acerca dos hábitos de lazer dos trabalhadores e está dividido por blocos, totalizando sete grupos temáticos. Antes de entrar nos blocos específicos, o instrumento avalia a idade, o sexo e a renda familiar do sujeito pesquisado.

Já que a intenção do estudo foi avaliar hábitos de lazer e consumo de bens culturais, para sabermos qual o tempo despendido para tais atividades precisamos contabilizar, também, o tempo despendido para o trabalho. Dessa forma, o Bloco I contém nove questões referentes ao tema trabalho.

O Bloco II, contendo três questões, é referente à rotina diária dessas pessoas em relação às atividades intermediárias e de lazer. As atividades intermediárias são aquelas consideradas atividades de tempo livre, ou seja,

³⁶¹ Variáveis qualitativas, ou categóricas, podem ser mensuradas em escalas nominais e ordinais. A escala nominal é a mais elementar de medida. As informações são agrupadas em categorias ou classes os valores usados para representar as observações são arbitrários e não têm significado numérico. Quando se atribui um valor numérico a uma das categorias de uma variável nominal, o número serve meramente para rotular uma dada característica. Na escala ordinal, as observações são codificadas de acordo com a posição que ocupam no conjunto de dados e os valores numéricos usados para representar as observações não são arbitrários, devendo respeitar a hierarquia existente entre as categorias. Assim, um código numérico servirá tanto para representar a qualidade que está sendo mensurada quanto para informar se um caso comparado a outro tem mais ou menos dessa qualidade. BARROS, M. V. G.; REIS, R. S. **Análise de dados em atividade física e saúde**: demonstrando a utilização do SPSS. Londrina: Midiograf, 2003, p.11.

não correspondem às horas de trabalho e também não correspondem às horas de lazer. Exemplos de atividades intermediárias são as obrigações familiares: ir ao mercado, pagar contas, levar as crianças à escola, resolver problemas domésticos, locomover-se de um lugar ao outro, entre outras. Fazemos essas atividades no nosso tempo de não trabalho, e não quer dizer que elas sejam atividades de lazer só porque não estamos trabalhando.

A partir do Bloco III avaliamos as práticas de lazer dos trabalhadores. O Bloco III objetiva levantar o que fazem nos finais de semana. Citamos cinco tipos de atividades, ou seja: cinco questões, e avaliamos a frequência com que são realizadas aos sábados e domingos.

O Bloco IV avalia quais são os tipos de atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos pesquisados. De acordo com um dos autores que embasa a pesquisa, Norbert Elias, as atividades de lazer são classificadas em: físicas ou desportivas, sociais, artísticas, manuais e intelectuais.³⁶² Há uma questão para cada tipo de lazer. Nesse bloco perguntamos com que frequência os colaboradores *realizam* esses cinco tipos de atividades de lazer. Já no Bloco V, perguntamos com que frequência os mesmos *gostariam de realizar* tais atividades. São mais cinco questões.

O Bloco VI representa um quadro geral de exemplos das atividades de lazer possivelmente realizadas. Pretendemos avaliar a frequência com que cada atividade é praticada pelos colaboradores do LACTEC.

Por fim, o Bloco VII é uma avaliação do grau de instrução, da função que exercem na empresa e do estado civil dos colaboradores.

Além da aplicação do questionário, fizemos um diário de campo. O diário de campo geralmente é feito através do registro da observação simples. Essa “observação nada mais é do que o uso dos sentidos com vistas a adquirir conhecimentos necessários para o cotidiano”³⁶³.

Sua principal vantagem, em relação a outras técnicas de pesquisa, é a de que os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediário. Contudo, o principal inconveniente desse método está em que a presença do pesquisador pode provocar alterações no comportamento dos observados,

³⁶² Cf. CAVICHIOILLI, F. R. Abordagens Científicas no Campo do Lazer. In **História, Educação e Cultura**. Coletânea VI Simpósio Internacional Processo Civilizador. UNESP. Assis, 2001.

³⁶³ GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 110.

destruindo a espontaneidade dos mesmos e produzindo resultados pouco confiáveis.

Para Gil³⁶⁴,

por observação simples, entende-se aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem. Neste procedimento, o pesquisador é muito mais um espectador que um ator.³⁶⁵

De acordo com o autor, a observação simples vai além da simples constatação dos fatos, pois, em qualquer circunstância, exige um mínimo de controle na obtenção de dados. Utilizando a observação como instrumento de pesquisa, elaboramos, também, como procedimento científico, um roteiro para observar o cenário e o comportamento social³⁶⁶ onde a pesquisa foi realizada.

Quando pretendemos estudar indivíduos ou grupos – cenários e comportamento social – nos reportamos a Norbert Elias³⁶⁷. Em seu livro “Introdução à Sociologia”, Elias aborda os padrões mutáveis de interdependência relativos às relações de poder entre homens em sociedade. Essas relações de interdependência são denominadas por Elias como configurações e são orientadas por forças compulsivas exercidas pelas, sobre e entre as pessoas.

Elias³⁶⁸ afirma: “torna-se necessário não só explorar uma unidade compósita em termos de suas partes componentes, como também explorar o modo como esses componentes individuais se ligam uns aos outros de modo a formarem uma unidade”³⁶⁹.

Assim, paralelamente à aplicação de questionários, observamos o LACTEC e, por meio do diário de campo, construímos um cenário ponderando sobre algumas relações de interdependência existentes na referida configuração.

³⁶⁴ Idem.

³⁶⁵ Ibidem, p. 111.

³⁶⁶ Embora não existam regras fixas acerca do que observar, há itens que, em virtude de serem significativos, costumam ser considerados pelos pesquisadores: a) *Os sujeitos* [...]; b) *O cenário*. Onde as pessoas se situam? Quais as características desse local? [...]; c) *O comportamento social*. O que realmente ocorre em termos sociais? Como as pessoas se relacionam? Que linguagem utilizam? Idem, p. 112.

³⁶⁷ ELIAS, N. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

³⁶⁸ Idem.

³⁶⁹ Ibidem, p. 78.

Considerando a complexidade dos estudos que envolvem a pesquisa quantitativa e qualitativa, é necessário esclarecer que o questionário utilizado como instrumento de pesquisa está em fase de aprimoramento. Assim, esse estudo poderá ser fonte para a criação de instrumentos de pesquisa cada vez mais adequados ao tipo do estudo.

Há que se ressaltar, também, que, apesar da aplicação imediata estar voltada para a configuração em questão (LACTEC), a mesma metodologia que desenvolvemos para esse estudo, poderá, certamente, ser adaptada a outros grupos, a outras configurações.

O LACTEC apresenta, hoje, um quadro de 380 funcionários. Em função das datas e horários em que foram realizadas as aplicações dos questionários, uma parcela de funcionários não pôde responder à pesquisa. Alguns alegaram estar em reunião, outros estavam trabalhando em outras sedes do LACTEC ou em obras localizadas fora da empresa e, ainda, alguns estavam viajando a trabalho. Portanto, dos 380 esperados, foram coletados 266 protocolos. O valor obtido corresponde a 70,26% do total de funcionários da empresa, valor considerado suficiente e relevante para análises nas pesquisas sociais³⁷⁰.

Após a aplicação dos questionários, fizemos a análise dos dados numéricos utilizando o programa *EPI INFO Versão 3.5.1*. Cabe ressaltar que, como no capítulo três a pesquisa é descritiva, o programa serviu apenas para armazenar e organizar os dados, calculando as frequências e porcentagens das respostas obtidas e gerando gráficos das mesmas.

No capítulo quatro, foram feitas comparações entre gêneros, sujeitos com diferentes faixas etárias, graus de instrução, tempo de trabalho na empresa e renda familiar. O programa é adequado para gerar essas comparações. Por meio dessa análise, estabelecemos possíveis relações entre os resultados obtidos no estudo e atividade profissional, estilo de vida e perfil dos indivíduos pesquisados.

³⁷⁰ A Lei da regularidade estatística indica que um conjunto de n unidades tomadas ao acaso de um conjunto N terá provavelmente as características do grupo maior. GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 100.

3.2. O CENÁRIO LACTEC

O LACTEC – Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento – é um centro de pesquisa tecnológica, sem fins lucrativos, auto-sustentável, que por meio de soluções tecnológicas contribui e promove o desenvolvimento econômico, científico e social, preservando e conservando o meio ambiente³⁷¹.

Optamos por realizar nosso estudo junto ao LACTEC em função da especificidade da atividade desenvolvida pela instituição – para o que precisa contar com colaboradores altamente instruídos e que atuam profissionalmente criando/produzindo conhecimento, grupo pelo qual temos especial interesse.

O Instituto realiza um grande número de projetos de Pesquisa e Desenvolvimento. São trabalhos que atentam para o contínuo aperfeiçoamento da capacitação e da inovação tecnológica. Esta atividade compreende projetos de pesquisa aplicada, desenvolvimento experimental e engenharia do produto, além do desenvolvimento de protótipos, processos e sistemas de base tecnológica. Possui uma grande experiência em desenvolvimento de projetos de Pesquisa e Desenvolvimento para Concessionárias de Energia, tendo atendido, de 1999 a 2008, cerca de 40 concessionárias, compreendendo mais de 250 projetos.

Como entidade auto-sustentável, o LACTEC obtém recursos pela venda de projetos de Pesquisa e Desenvolvimento e de outros serviços tecnológicos. É responsável por todas as suas despesas com recursos humanos, instalações e demais custos necessários para sua operação, não estando vinculado, financeiramente, a nenhuma empresa privada, nem órgão ou empresa pública.

O LACTEC foi inaugurado em 1997, entretanto, seu surgimento decorreu de diversos eventos anteriores. Segundo Cascaes³⁷², na década de 1950 a energia elétrica surgiu como sustentáculo do processo de industrialização e o poder público passou a investir determinadamente culminando sua política de crescimento com a criação da COPEL – Companhia Paranaense de Energia Elétrica – inaugurada em 1954. Seus diretores, nessa época, oriundos da Universidade Federal do Paraná (UFPR), introduziram na empresa o

³⁷¹ Cf. <http://www.lactec.org.br>

³⁷² CASCAES, T. R. F. **O Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento – LACTEC – na gênese do processo tecnológico paranaense**: uma contribuição ao estudo da história da técnica e da tecnologia. (Dissertação de mestrado). Curitiba, UTFPR, 2005.

sentimento da importância de laboratórios para ensaios, pesquisas e desenvolvimento. E, devido à necessidade de uma nova geração de profissionais na área da pesquisa tecnológica no Paraná, em 1959 foi criado, vinculado à COPEL em parceria com o setor de tecnologia da UFPR, o CEHPAR – Centro **de Hidráulica e Hidrologia Professor Parigot de Souza** –, responsável por desenvolver estudos de aproveitamento hidrelétricos em seus laboratórios.

Tendo a criação do CEHPAR como modelo, nas décadas de 1960 e 1970, o governo encontrou na UFPR (a única universidade pública do estado na época) um ambiente para criar pilares de preparação de pesquisadores e para criar um pólo de pesquisa e desenvolvimento. Sob essa visão nacionalista, os governos militares procuraram formar uma base brasileira para a produção de tecnologia. Assim, com o incentivo e apoio financeiro do Estado, foi inaugurado no Paraná o LAC – Laboratório Central de Eletrotécnica e Eletrônica – em 1982.³⁷³

Desde sua criação estava previsto que o LAC não se definiria “como uma oficina de experimentos, mas sim como um núcleo pensante, [...] uma usina de ideias, de soluções”³⁷⁴.

Na década de 1980, engenheiros da COPEL implementaram lógicas simplificadas, de menor custo, no maior programa de eletrificação rural existente à época no Brasil, possibilitando levar energia elétrica a milhões de paranaenses, inserindo-os no século XX, de onde viviam segregados.

A energia elétrica surgiu no Brasil no início do século XX, por força de demandas relacionadas à vida pública e privada. Sob tal conjuntura, houve mudanças de hábitos sociais, culturais e, sobretudo, na relação da produção de objetos e seu consumo, fruto do nascimento de uma nova era – a sociedade de consumo.³⁷⁵

O governo sabia da importância de se investir na eletrificação rural, pois os possíveis gastos, futuramente, teriam um lucro de 400% para o caixa do Estado. A eletricidade estimularia o consumo, aumentando a arrecadação do

³⁷³ Ibidem, p. 69.

³⁷⁴ BOSCHILIA, R.; ARCHANJO, L. R. **LAC: Quinze anos vencendo desafios em tecnologia, Curitiba: Capital tecnológica.** 1997, p. 75.

³⁷⁵ CASCAES, T. R. F. **O Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento – LACTEC – na gênese do processo tecnológico paranaense: uma contribuição ao estudo da história da técnica e da tecnologia.** (Dissertação de mestrado). Curitiba, UTFPR, 2005, p. 74.

ICMS; daria viabilidade ao uso de máquinas no beneficiamento de produtos agrícolas; melhoraria as condições sanitárias, além de permitir o uso de sistemas de comunicação (rádio, televisão e telefonia), tornando a vida no campo mais atrativa e, conseqüentemente, diminuindo o êxodo rural. O LAC, posteriormente LACTEC, apoiou a eletrificação rural na análise de componentes e desenvolvimento de novos produtos, sobretudo para a indústria instalada no Paraná.³⁷⁶

Ainda de acordo com Cascaes³⁷⁷, a preocupação com a privatização da COPEL no final da década de 1990 levou o governo do Estado a desligar o LAC e o CEHPAR da COPEL, criando em 1997 o LACTEC – Instituto de tecnologia para o Desenvolvimento – de maneira a unir esses dois institutos, mais o laboratório de Materiais e Estruturas – LAME, criado em 1994.

Em 2000, vinculado ao LACTEC, foi inaugurado o LEME – Laboratório de Emissões Veiculares, o primeiro laboratório independente da região sul e o mais moderno do país, propiciando ao setor automotivo uma nova alternativa de prestação de serviços, inexistentes até então.

No ano 2001, o LACTEC foi certificado pelo Ministério da Justiça, através da Lei 9.790/99³⁷⁸, como uma O.S.C.I.P. (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), o que lhe permite, dentre outros desenvolvimentos, o de parceria com o setor público através da dispensa do processo licitatório.

Dentre as pesquisas realizadas no Instituto, podemos citar como resultados a seleção de sistemas de reparos para estruturas de concreto de câmaras e caixas de passagem de redes subterrâneas de energia elétrica; estudos para melhoria das características de resistência e deformabilidade de solos através da adição de químicos e de fibras para aplicação em aterros compactados; estudos de fundações de torres de transmissão através da instrumentação de estruturas com a determinação dos esforços atuantes e esforços aplicados à fundação; análise de percolação em barragens de terra e da influência da chuva no seu fator de segurança; avaliação do esvaziamento

³⁷⁶ Ibidem, p. 70.

³⁷⁷ Idem.

³⁷⁸ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9790.htm. § 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se sem fins lucrativos a pessoa jurídica de direito privado que não distribui, entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores, eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplica integralmente na consecução do respectivo objeto social.

de túneis de adução e condutos forçados de usinas hidrelétricas; desenvolvimento de sistema de monitoramento e previsão de riscos geotécnicos e ambientais em pontos críticos para gasodutos; avaliação de sistemas de distribuição e transmissão de energia elétrica submarinos, dentre outros.³⁷⁹

Segundo Cascaes³⁸⁰, devemos considerar que a ciência caracteriza-se por descobertas e que ao contrário de verdades absolutas, como pretendia a metafísica, constata-se quase sempre verdades transitórias – parâmetros para o avanço da ciência. Assim, um ambiente de pesquisa é necessário para progredir-se nessa afirmação e aproveitar o conhecimento para construir uma sociedade melhor. Há que se considerar, também, que pelo que se constata como discurso corrente, o conhecimento será a principal moeda de troca do terceiro milênio e os ambientes de pesquisa e desenvolvimento serão o maior objeto de desejo das sociedades hegemônicas.

Conforme a autora, “um ambiente de Pesquisa e Desenvolvimento é capaz de exercer muitas formas de influência na comunidade em que estiver inserido” e, para tanto, é necessário que seus profissionais sejam “pessoas com preparo de alto padrão” e que seus laboratórios possam ser utilizados para serviços especiais³⁸¹.

Considerando a relevância de suas produções para a sociedade de consumo, e o diferencial de formação intelectual dos profissionais que atuam na área tecnológica produzindo conhecimentos, optamos por estudá-los em nossa pesquisa. Tal escolha também se justifica porque, nas ciências sociais, há estudos sobre o lazer envolvendo segmentos pertencentes às camadas sociais mais pobres, como os catadores de papel³⁸² e os sem-terra³⁸³. Existe também um estudo sobre práticas e representações acerca do lazer e consumo cultural da elite empresarial da região metropolitana de São Paulo³⁸⁴. Mas não

³⁷⁹ <http://www.lactec.org.br> acessado em 15 de setembro de 2009.

³⁸⁰ CASCAES, T. R. F. **O Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento – LACTEC – na gênese do processo tecnológico paranaense: uma contribuição ao estudo da história da técnica e da tecnologia**. (Dissertação de mestrado). Curitiba, UTFPR, 2005, p. 77.

³⁸¹ Ibidem, p. 78.

³⁸² SINGER, P. **Globalização e Desemprego**. Diagnóstico e alternativas. Contexto, São Paulo, 1998.

³⁸³ GUTIÉRREZ, R. **Projeto Marca D'Água**. Relatórios Preliminares: A Bacia do Rio Gravataí, Rio Grande do Sul – Dezembro/2001.

³⁸⁴ FORJAZ, M. C. E. **Lazer e Consumo Cultural das Elites**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 1988.

há estudos sobre o lazer envolvendo o grupo específico estudado nesse trabalho.

Além de apresentar um quadro de 380 funcionários, conforme já mencionamos, o Instituto ainda oferece oportunidades de atuação para 125 estagiários e 47 bolsistas (mestrandos e doutorandos).

Por meio do organograma abaixo podemos visualizar a estrutura administrativa do LACTEC:

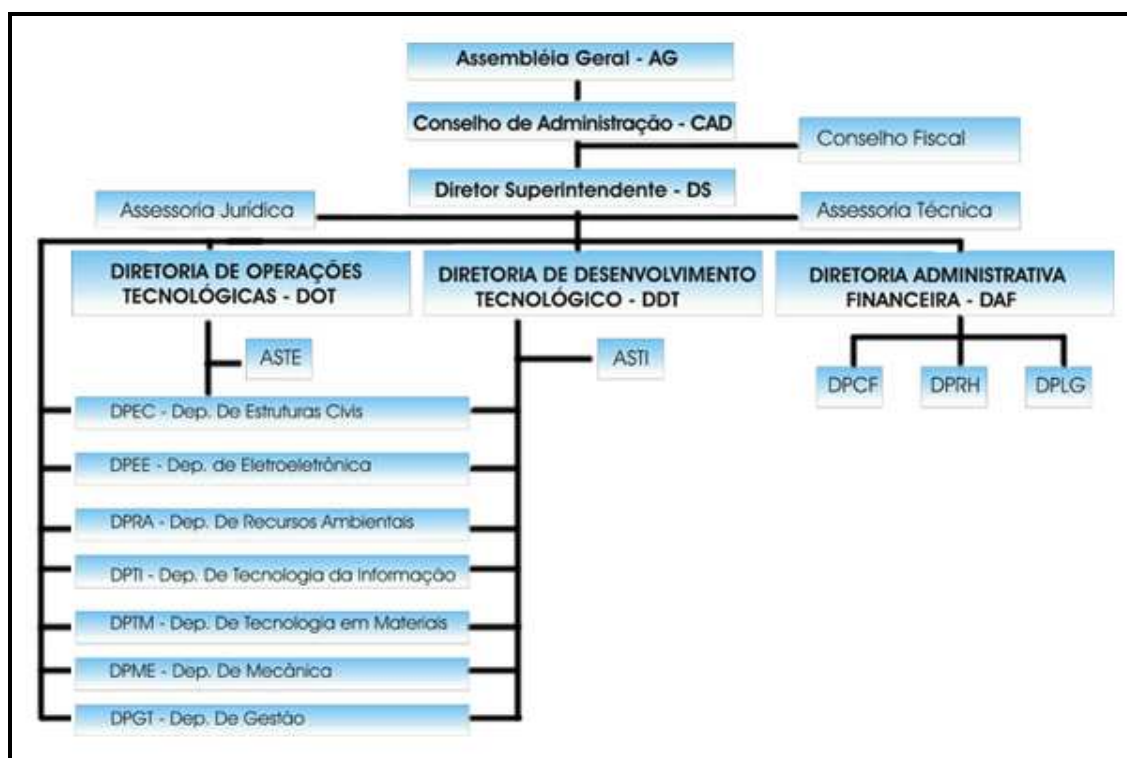


Figura 1. Organograma Administrativo do LACTEC³⁸⁵.

O conselho administrativo do LACTEC é composto pela Companhia Paranaense de Energia – COPEL, Itaipu Binacional, Universidade Federal do Paraná – UFPR, Instituto de Engenharia do Paraná – IEP, Federação das Indústrias do Estado do Paraná – FIEP, Associação Comercial do Paraná – ACP e pelos Representantes dos Empregados LACTEC. Trabalhando juntamente ao Conselho Administrativo há o Conselho Fiscal. O diretor Superintendente é o responsável pelas Diretorias de Operações Tecnológicas (DOT), de Desenvolvimento Tecnológico (DDT) e pela Diretoria Administrativa

³⁸⁵ <http://www.lactec.org.br> acessado em 15 de setembro de 2009.

Financeira (ADF). A Diretoria Administrativa Financeira é dividida em três departamentos: Financeiro, Recursos Humanos e Logística.

Compreendendo a estrutura hierárquica do LACTEC, passamos a observar a empresa no que diz respeito a algumas questões referentes ao tema do nosso estudo. Dessa forma, durante as aplicações dos questionários, ficamos atentos, também, às políticas e aos espaços de lazer da empresa.

Ao observarmos os planejamentos do departamento de recursos humanos para possíveis implantações de programas de esporte, lazer e qualidade de vida na empresa detectamos que não existe nenhum programa em funcionamento que atenda aos funcionários no sentido de melhorias no ambiente de trabalho e em sua qualidade de vida. Também não há programas de esporte, lazer e saúde do trabalhador aplicados em outros horários que não os do trabalho.

Apesar de não haver nenhum programa de esporte e lazer para os funcionários, percebemos que no horário de almoço (11h30min às 13h) um grupo de mulheres faz sua refeição rapidamente e se desloca todos os dias até o Jardim Botânico (parque público localizado a duas quadras do Instituto) para fazer caminhadas durante o intervalo entre o turno da manhã e da tarde. Elas se reúnem para se exercitar e “jogar conversa fora”. Curiosamente, quando observava e anotava esse movimento, um dos funcionários se aproximou e mencionou que há anos faz suas caminhadas (em outro parque, cujo nome não foi citado) às seis horas da manhã, pois não gosta de barulho e poluição. Prefere “acordar antes do trabalho e fazer seu exercício respirando ar puro”³⁸⁶. Apesar de parecerem irrelevantes, essas informações podem ser essenciais para a criação de programas de atividade física, esporte e lazer na empresa e promoção de políticas públicas na cidade de Curitiba.

Observamos, também, que dentro do LACTEC há espaços físicos para a realização de atividades voltadas à saúde e qualidade de vida, assim como há espaços em que os funcionários podem usufruir de momentos de lazer. Quando encontramos o pessoal da manutenção “tomando um cafezinho”, obtivemos novas informações sobre esses espaços.

³⁸⁶ Diário de campo. Consideração feita no dia 03 de setembro de 2009.

Anexado ao laboratório central (LAC) há um centro de convivência: não há taxas para utilizá-lo, bastando fazer a reserva com antecedência. Normalmente, nas sextas-feiras – encerrado o expediente –, um grupo de colaboradores se reúne nesse centro (espaço equipado e localizado no ambiente de trabalho) para fazer churrasco, dançar, jogar cartas, enfim, para uma confraternização³⁸⁷. Esse grupo, que utiliza o espaço de convivência frequentemente é composto pelos funcionários que trabalham na manutenção. Eles afirmam que no trabalho não podem conhecer direito seus colegas, por isso precisam conversar fora do horário de trabalho³⁸⁸. Interessante. Por que eles não fazem caminhadas no Jardim Botânico no horário de almoço? Por que preferem comer, beber, dançar e jogar cartas? Será que as práticas de lazer são mesmo diferenciadas de acordo com a função profissional e o grau de instrução dos trabalhadores? Essas respostas, e outras, estão guardadas para o próximo capítulo.

Além do centro de convivência, o LACTEC possui um amplo saguão, espaço destinado para a realização de eventos, exposições e confraternizações que raramente acontecem.

Sobre convênios e parcerias, o LACTEC mantém estreita relação com a COPEL, instituição hoje privatizada que mantém uma Associação. Como a COPEL faz parte do conselho administrativo, os funcionários do LACTEC podem vincular-se a tal associação assinando um contrato diretamente com ela, sem a intervenção do Instituto no qual trabalham. Para utilizar a Associação, seus espaços e benefícios, os colaboradores devem pagar uma taxa de R\$195,00 semestrais. Além disso, os colaboradores podem utilizar a estrutura física da UFPR (Universidade Federal do Paraná) para fazer aulas e praticar esportes com descontos³⁸⁹, já que a Universidade também faz parte do conselho administrativo do Instituto.

Constatamos que o incentivo à prática esportiva não é política do Instituto. Esclarecemos: 1º) boa parte dos funcionários sequer ouviu falar dos “benefícios” citados; 2º) no início de 2009, 19 funcionários haviam participado da primeira fase (local) dos Jogos do Sesi em modalidades individuais (tênis,

³⁸⁷ Diário de campo. Consideração feita no dia 20 de setembro de 2009.

³⁸⁸ Diário de campo. Consideração feita no dia 03 de setembro de 2009.

³⁸⁹ <http://www.ced.ufpr.br> acessado em 22 de setembro de 2009.

tênis de mesa, xadrez, natação, atletismo) e 17 dos participantes foram classificados para a fase seguinte (estadual). Apesar do empenho do RH, no sentido de possibilitar a participação e o progresso dos funcionários/atletas na competição, não houve a disponibilização da verba por parte da diretoria do Instituto; 3º) o movimento por parte de determinados departamentos da organização – após nossa inserção – em relação ao atendimento das reivindicações³⁹⁰ dos colaboradores não contou com a aprovação da diretoria geral.

O argumento apresentado pela diretoria para justificar seu posicionamento foi o de que, pelo fato do LACTEC ser uma organização sem fins lucrativos, não teria a possibilidade de manter um departamento, ou setor, responsável por atividades de esporte e lazer, saúde e qualidade de vida. Além disso, não haveria a possibilidade de se cobrar taxas de manutenção – como ocorre em outras empresas grandes e privadas – já que a entidade não teria como explicar tal cobrança em suas prestações de contas.

Apesar de o LACTEC não investir em projetos que atendam às reivindicações dos funcionários, constitui-se num ambiente de trabalho diferente do cenário apresentado por Chaplin no filme “Os tempos Modernos”³⁹¹. Os funcionários têm horários flexíveis de trabalho e de intervalos para descanso. Eles vão ao banheiro na hora em que precisam, tomam café na hora que querem, falam sobre um assunto ou outro que não seja do trabalho no momento em que se lembram dele. Porém, mesmo não estando totalmente sujeitos a um tempo imposto, não param de trabalhar. O LACTEC trabalha com metas atingíveis, mas os funcionários precisam cumprir suas tarefas e sabem quando podem parar um ou dez minutos para relaxar. Por outro lado, discussões no departamento administrativo revelaram a intenção de mudanças quanto a essa flexibilidade nos horários: o corte do banco de horas, a

³⁹⁰ Os colaboradores do LACTEC solicitaram aulas de Ginástica Laboral, convênio com academias de ginástica e um programa de esporte e lazer na empresa voltado aos funcionários e seus familiares.

³⁹¹ Trata-se do último filme mudo de Chaplin, que focaliza a vida urbana nos Estados Unidos nos anos 30, imediatamente após a crise de 1929, quando a depressão atingiu toda sociedade norte-americana, levando grande parte da população ao desemprego e à fome. É uma crítica à “modernidade” e ao capitalismo representado pelo modelo de industrialização, onde o operário é engolido pelo poder do capital e perseguido por suas ideias “subversivas”. *Modern Times*, EUA 1936. Direção: Charles Chaplin; elenco: Charles Chaplin, Paulette Goddard, 87 min. preto e branco, Continental. Cf. <http://www.historianet.com.br> (acessado em 26/01/2010).

instituição de horários fixos para entrada e saída com descontos no salário no caso do não cumprimento dos mesmos.

Não podemos afirmar, mas é provável que essas medidas afetem bastante a rotina de trabalho e a possibilidade de lazer dos colaboradores. Atualmente, muitos costumam chegar e sair mais tarde ou chegar mais cedo e sair mais cedo. Essa flexibilidade permite a realização de outras atividades – sejam elas intermediárias, de trabalho ou de lazer – em horários alternativos.

Todos os lucros do LACTEC são canalizados para pesquisas, viagens, cursos, capacitações. Ou seja, o Instituto investe sim na formação continuada de seus colaboradores, entretanto tem sido negligente quanto ao bem-estar das pessoas responsáveis pelo trabalho realizado. Isso ocorre em função do poder³⁹² que determinados funcionários exercem na configuração.

Independentemente das políticas adotadas pelos dirigentes do LACTEC em relação aos demais colaboradores, o nosso papel, aqui, é traçar o perfil do grupo que constitui tal configuração, bem como investigar suas práticas de lazer e consumo de bens culturais, a despeito do tempo e do espaço no qual ocorram.

3.3. O PERFIL DOS COLABORADORES DO LACTEC

Conforme mencionamos na metodologia, avaliamos, primeiramente, 266 funcionários pertencentes à configuração LACTEC para traçar um perfil geral dos colaboradores do Instituto.

Cabe ressaltar, de início, que, como o questionário está dividido por blocos, totalizando sete grupos temáticos, optamos por expôr os resultados na disposição em que se encontram no instrumento de pesquisa.

Dentre os 266 funcionários que responderam à pesquisa, 184 são homens, totalizando 69,2% dos indivíduos pesquisados. Fica evidente que a população do LACTEC é predominantemente masculina. Além disso, o público colaborador é jovem: a média etária é, considerando também 82 mulheres, de 30,59 anos.

³⁹² Os modelos de jogos de Elias, os conceitos de equilíbrio, força e poder são adequados ao se investigar essas relações que colaboradores/gerentes/diretores interdependentes mantêm uns com os outros. Porém, essa investigação não é o foco do nosso trabalho nesse momento.

Quando questionamos a renda familiar, houve um receio por parte de 9 funcionários em responder a referida questão. De acordo com o gráfico abaixo, dos 257 que preencheram a questão renda familiar, 54,9% possuem renda mensal entre R\$2.804,00 e R\$7.793,00. Desses 54,9%, 35,7% ganham até R\$4.648,00. E 12% acima de R\$7.793,00. Vale refletir que 53% dos funcionários são solteiros e 39,1% são casados.

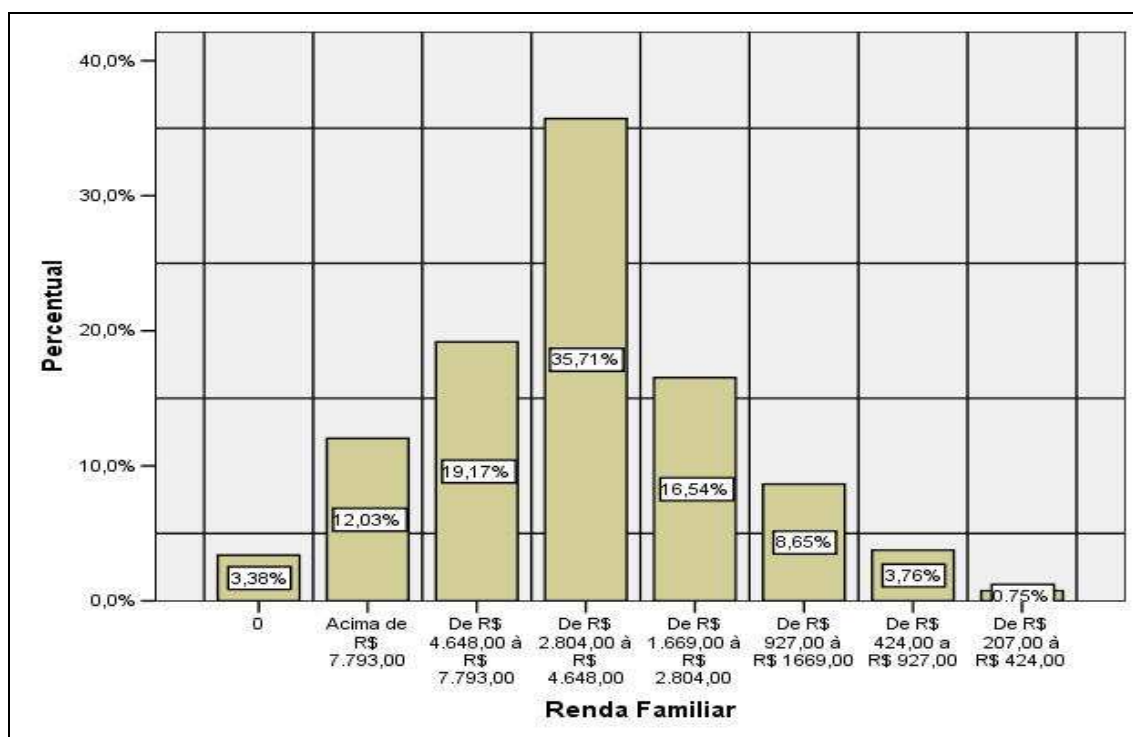


Figura 2. Renda Familiar dos colaboradores do LACTEC

Tendo um panorama inicial dos colaboradores – gênero, idade e renda socioeconômica –, entramos nas questões do Bloco I. A intenção do estudo é avaliar o consumo de bens culturais e os hábitos de lazer. Para sabermos qual o tempo despendido para tais atividades, precisamos contabilizar, também, o tempo despendido para o trabalho.

Quando perguntamos há quanto tempo os funcionários trabalham no LACTEC, 74,4% responderam que estão na organização somente entre um mês e cinco anos. Considerando o estabelecimento do instituto na área tecnológica há anos, é interessante como o quadro geral de funcionários é recente. Apenas 19,5% trabalham entre 6 e 10 anos e somente 6,1% estão trabalhando na empresa há mais de dez anos.

Ao que nos parece, essa rotatividade de funcionários deve ocorrer em função da remuneração ofertada pelo Instituto. O LACTEC funciona como um centro de desenvolvimento de talentos, investindo na especialização dos seus colaboradores. Quando adquirem uma formação avançada, esses funcionários recebem ofertas – com salários mais atraentes – para trabalhar nas grandes empresas multinacionais. Dessa forma, o Instituto necessita reciclar constantemente seu quadro funcional.

Os colaboradores do LACTEC trabalham, geralmente, nos períodos da manhã e da tarde. Dentre eles, 19,5% trabalham até 39 horas semanais na empresa; 76,7% afirmaram trabalhar entre 40 e 44 horas e 3,7% trabalham mais de 45 horas. Além disso, 18,4% dos funcionários declararam que ainda trabalham em casa mais de 11 horas na semana.

Alguns colaboradores, totalizando 23,1% do total, ainda trabalham mais de 11 horas semanais em outras atividades que exercem fora do Instituto. Apenas 9,4% afirmam trabalhar aos finais de semana.

Sabendo quantas horas essas pessoas trabalham semanalmente, perguntamos sobre suas férias. Dentre eles, 28,6% tiram menos de 20 dias de férias, 22,6% dos colaboradores tiram entre 21 e 25 dias, 41,7% tiram entre 26 e 30 dias. Apesar de trabalharem mais de 40 horas semanais, 4,1% “não tiram férias”³⁹³!

Quando tiram férias, 45,9% responderam fazer turismo, 22,2% afirmaram visitar parentes e 24,1% dizem ficar em casa. Ou seja, 93,1% dos funcionários dividem o tempo de férias entre ficar em casa, visitar parentes, viajar e, muitas vezes, conciliam essas atividades. Conversando informalmente com alguns, descobrimos que a maioria viaja para fazer turismo e ficar em casa de parentes “curtindo” a família. O restante do grupo, o que equivale a 7,1% dos funcionários, afirmou passar seu período de férias trabalhando e/ou estudando.

³⁹³ Considerando que essa declaração revela uma situação ilegal, voltamos aos dados para confirmar sua veracidade. Confrontando tal declaração com as respostas sobre como passam suas férias, responderam: “trabalhando” ou “estudando”. Inferimos daí que não houve contradição, pois, se esses indivíduos não deixam de estudar ou trabalhar nas férias, mesmo sendo fora do Instituto, podemos dizer que “não usufruem” do seu período de férias. Logo, a afirmação de que não tiram férias é pertinente. Além disso, não podemos descartar a possibilidade de que as atividades de trabalho e estudo aconteçam em outro espaço que não o LACTEC. Um dado relevante é o de que, dentre os 4,1% que afirmaram não tirar férias, 70% são pesquisadores.

O Bloco II é referente à rotina diária dessas pessoas em relação às atividades intermediárias e de lazer. As atividades intermediárias são aquelas consideradas atividades de tempo livre, ou seja, não correspondem às horas de trabalho e também não correspondem às horas de lazer. Fazemos essas atividades no nosso tempo de não trabalho, e não quer dizer que elas sejam atividades de lazer só porque não estamos trabalhando.

A figura a seguir representa as horas diárias dispensadas às obrigações familiares. Note que 25,6% gastam até 1 hora do dia para cumprir com essas obrigações. Já 49,2% passam de 1 a 3 horas cuidando das atividades domésticas. O restante, equivalente a 25,2%, gasta mais de 4 horas de seu tempo livre cumprindo obrigações familiares. Observe:

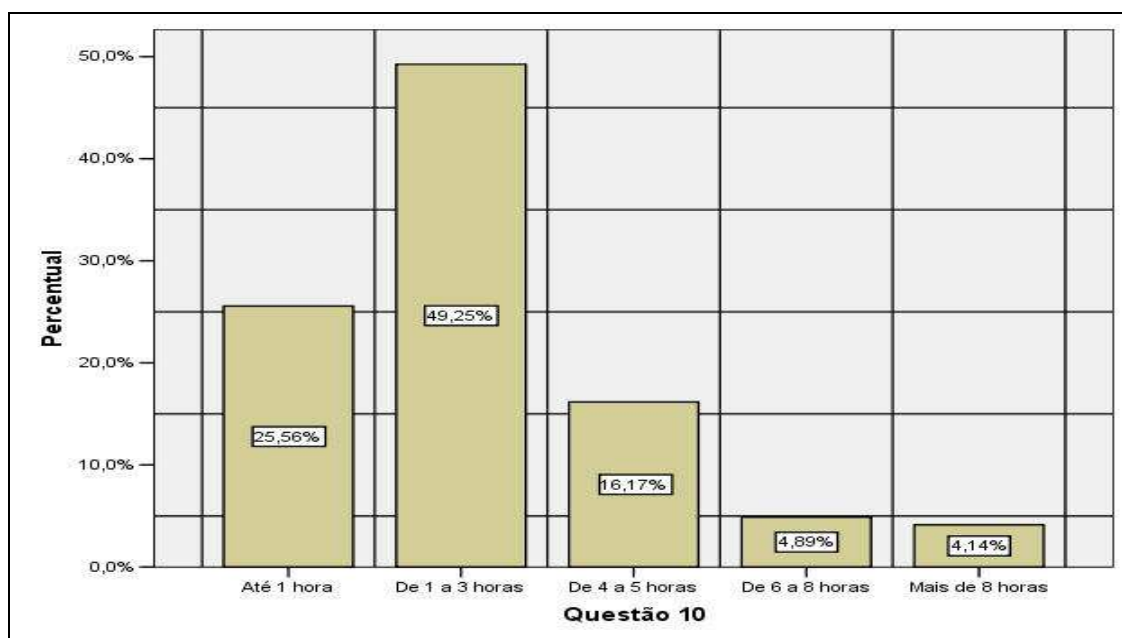


Figura 3. Distribuição Percentual das Atividades Intermediárias Diárias

Avaliando o gráfico das atividades recreativas, percebemos que 86,9% dos funcionários têm menos de 3 horas diárias para relaxar e se distrair. 41,4% aproveitam menos de 1 hora do seu dia para se divertirem. Novamente conversando informalmente, descobrimos que muitos funcionários utilizam essas poucas horas que sobram do tempo de não trabalho para dormir. Eles dizem que esse tempo de sono é precioso. Repare o gráfico referente às atividades recreativas:

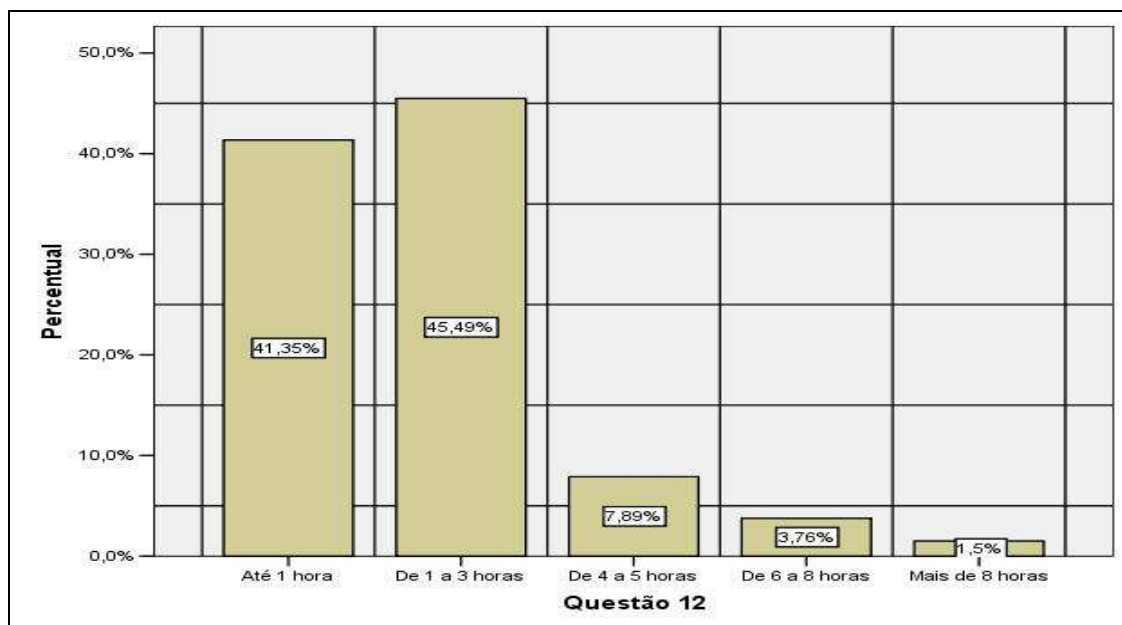


Figura 4. Distribuição Percentual das Atividades Recreativas Diárias

De acordo com a classificação de Elias e Dunning, as práticas religiosas seriam atividades de formação e auto-desenvolvimento, classificadas entre as atividades intermediárias e as de lazer. Segundo Proni³⁹⁴, essas atividades podem ser gratificantes, contudo, exigem disciplina e, em grande medida, a manutenção da conduta civilizada que reprime manifestações espontâneas.

Ao perguntarmos sobre a prática de atividades religiosas, alguns não responderam. E 90,6% dos que responderam afirmam gastar menos de 1 hora diária. Ou seja, em relação à dedicação dispensada a essas atividades, é possível que elas não sejam tão gratificantes e prazerosas para os indivíduos pesquisados.

A partir do Bloco III pretendemos avaliar práticas de lazer dos trabalhadores. O Bloco III objetiva levantar o que fazem os colaboradores nos finais de semana. Citamos cinco tipos de atividades e avaliamos a frequência com que são realizadas somente aos sábados e domingos.

O primeiro tipo de atividade foi o turismo. Dentre eles, 41% responderam fazer turismo às vezes e 44,3% responderam muito raramente ou nunca. Outros 14,5% afirmaram fazer turismo frequentemente nos fins de semana.

³⁹⁴ PRONI. M. W. A Teoria do Lazer de Elias e Dunning. *In. História, Educação e Cultura*. Coletânea VI Simpósio Internacional Processo Civilizador. UNESP. Assis, 2001.

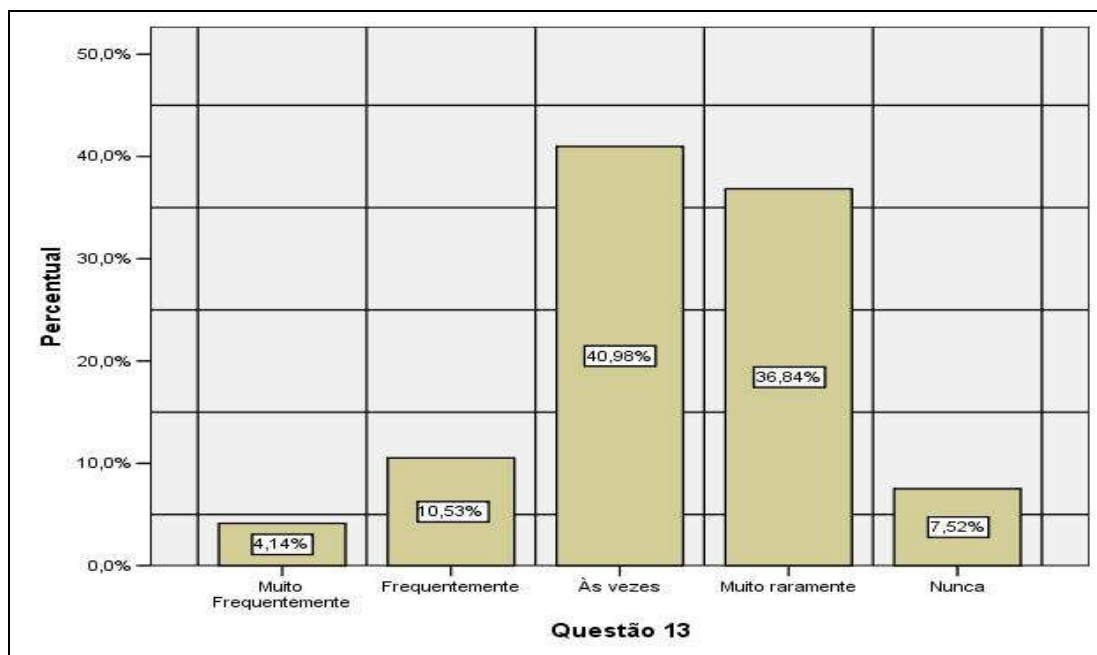


Figura 5. Distribuição da Frequência Percentual de Turismo aos Finais de Semana

O segundo tipo de atividade foi referente às práticas esportivas. Constatamos que as respostas foram bem diversificadas. Do total de funcionários, 44,8% muito raramente ou nunca praticam esportes nos fins de semana e 29,7% responderam muito frequentemente e frequentemente. Os 24,8% restantes responderam às vezes. Veja:

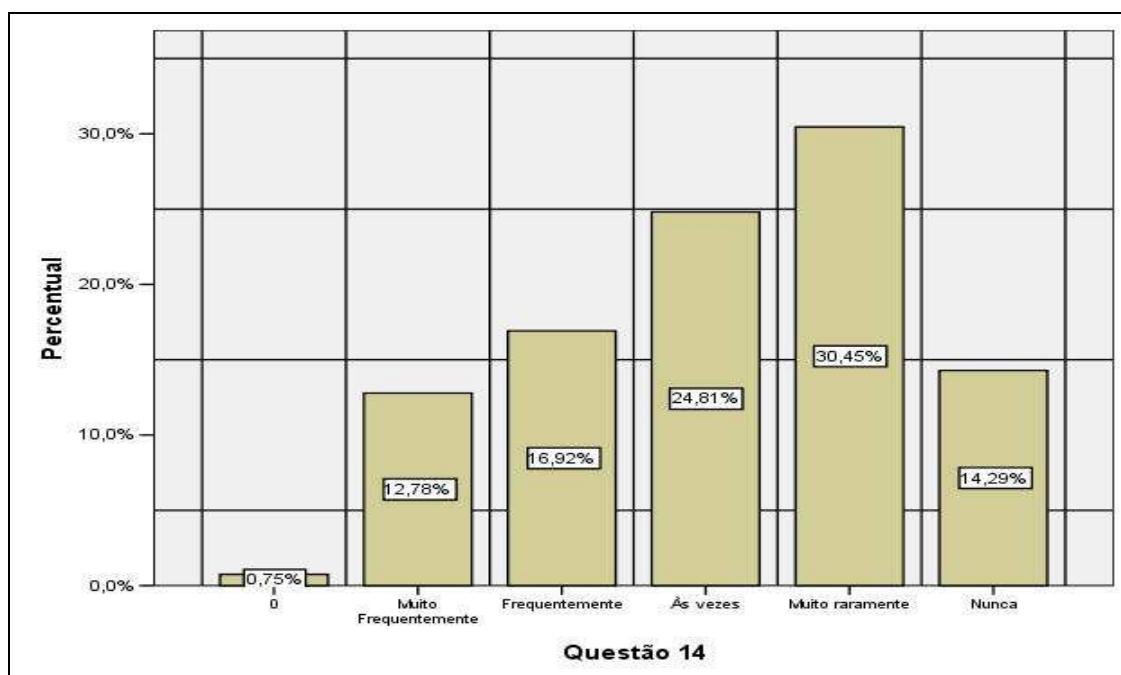


Figura 6. Distribuição da Frequência Percentual de Práticas Esportivas aos Finais de Semana

O terceiro tipo de atividade foi visitar parentes: 30,5% muito raramente ou nunca visitam parentes nos finais de semana, 24,1% visitam com frequência e 38,3% às vezes.

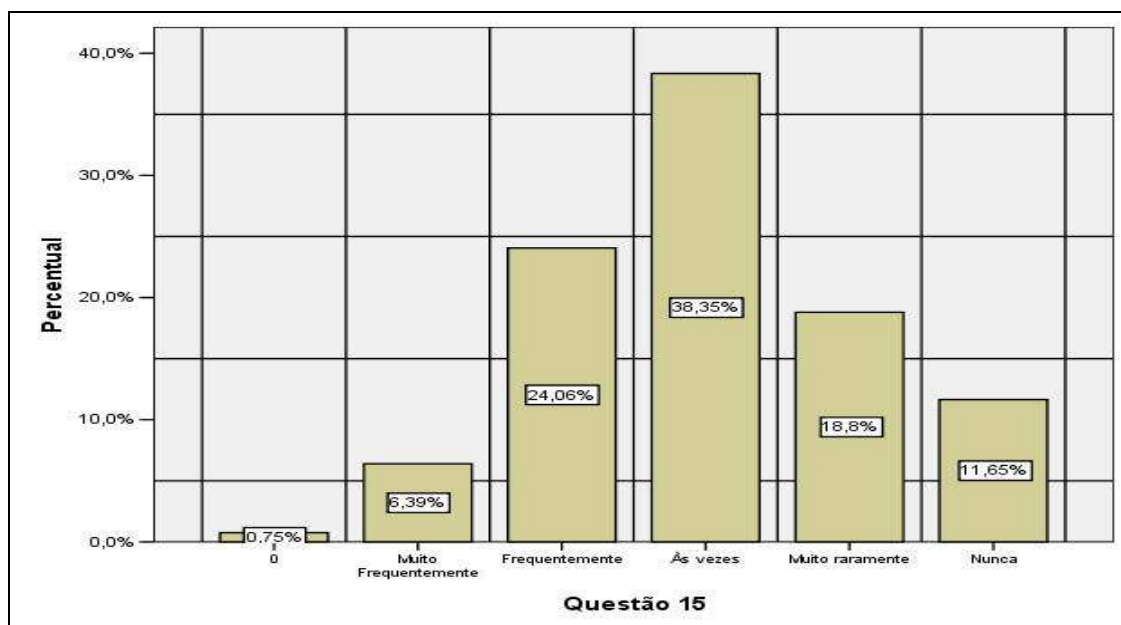


Figura 7. Distribuição da Frequência Percentual de Visita aos Parentes nos Finais de Semana

Quando perguntamos sobre práticas ao ar livre, 32,7% dos colaboradores frequentemente praticam atividades ao ar livre e 38% às vezes. 30,4% nunca ou muito raramente fazem esse tipo de atividade.

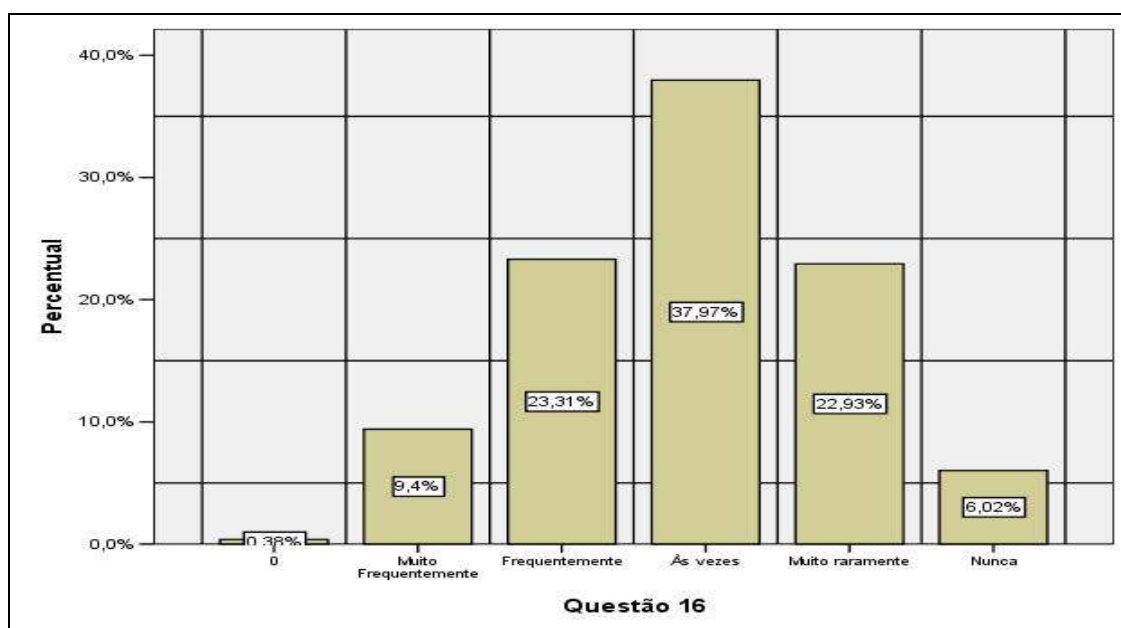


Figura 8. Distribuição da Frequência Percentual de Atividades ao Ar Livre aos Finais de Semana

Incluímos nesse bloco a possibilidade de os colaboradores ficarem em casa. Conforme a figura a seguir, 64,6% informaram que frequentemente passam os finais de semana em casa.

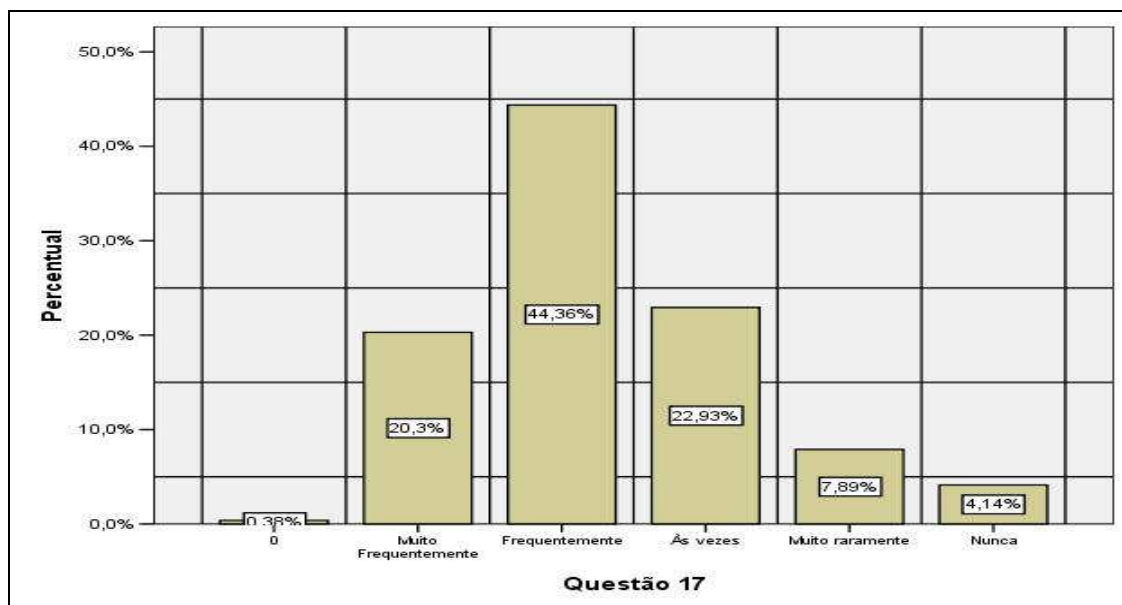


Figura 9. Distribuição da Frequência Percentual de Ficar em Casa aos Finais de Semana

O Bloco IV avalia com que frequência são realizadas algumas atividades de lazer, considerando-se, todos os dias da semana. Conforme já mencionado, as atividades de lazer são classificadas em cinco tipos: físicas/esportivas, sociais, artísticas, manuais e intelectuais. Observe a primeira figura:

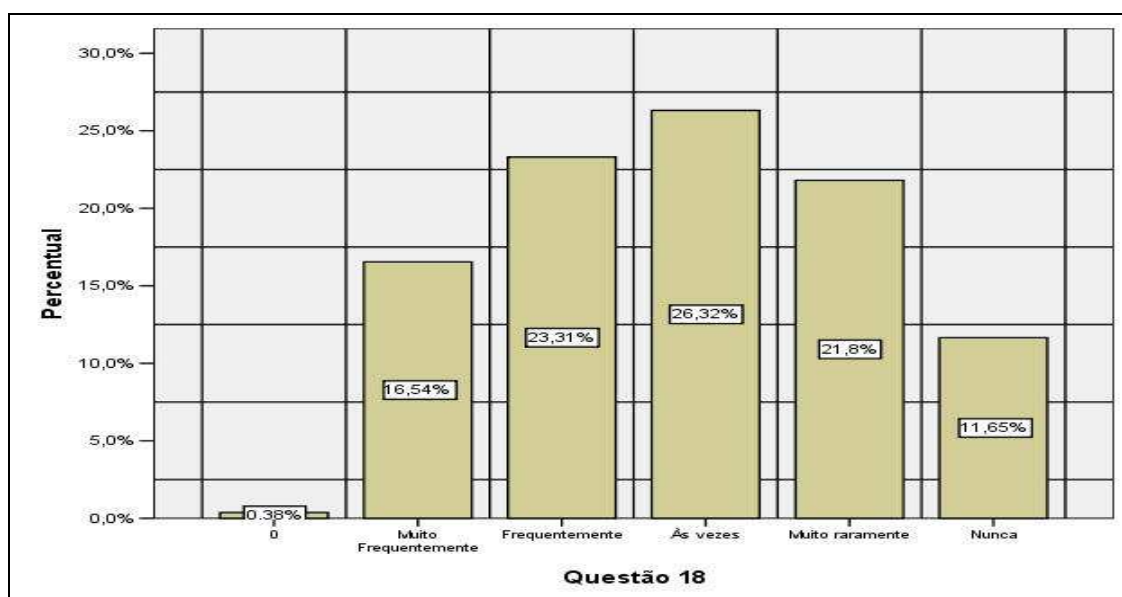


Figura 10. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Físicas ou Desportivas

De acordo com a pesquisa, 33,5% afirmaram realizar atividades físicas ou desportivas muito raramente ou nunca. 39,8% disseram praticar tais atividades muito frequentemente e frequentemente. E 26,3% responderam às vezes.

Analisando as respostas dos colaboradores, percebemos que nos finais de semana eles preferem descansar em casa e estar com os parentes. A prática de atividades físicas e esportivas, pouco procurada aos finais de semana, é realizada com maior frequência nos demais dias da semana. É possível que essa prática ocorra naquelas horas despendidas às atividades recreativas diárias, mencionadas anteriormente.

Em relação às atividades sociais, 38,7% realizam-nas, às vezes: frequentam festas, bares, casas noturnas, fazem reuniões com amigos, 29,4% participam desses eventos com frequência e 31,6% não costumam participar dessas atividades. Confira o gráfico:

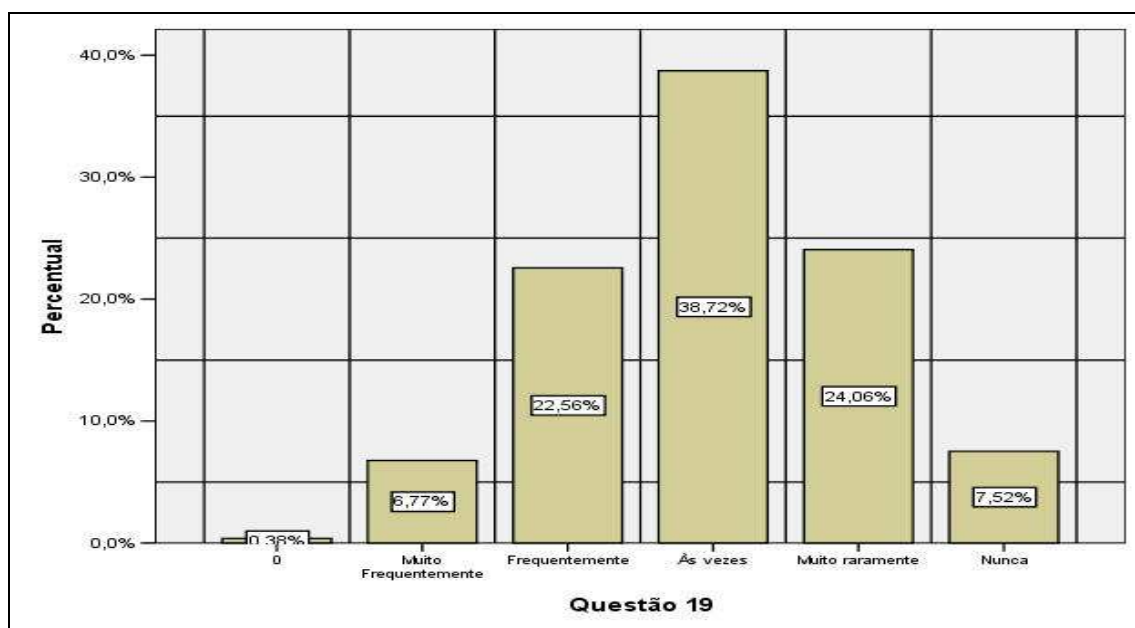


Figura 11. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Sociais

A terceira atividade de lazer é a artística. Dentre as atividades artísticas, destacamos o teatro, a dança, a música e a fotografia. Apenas 15,4% estão em contato frequentemente com esse tipo de atividade. Do restante, 41,4% praticam ou assistem às vezes e 42,9% não têm interesse, pois nunca ou muito raramente participam dessas atividades. Tais afirmações são contraditórias

quando avaliamos o Bloco VI, no qual a música aparece como uma das atividades de lazer mais realizadas pelo público do LACTEC.

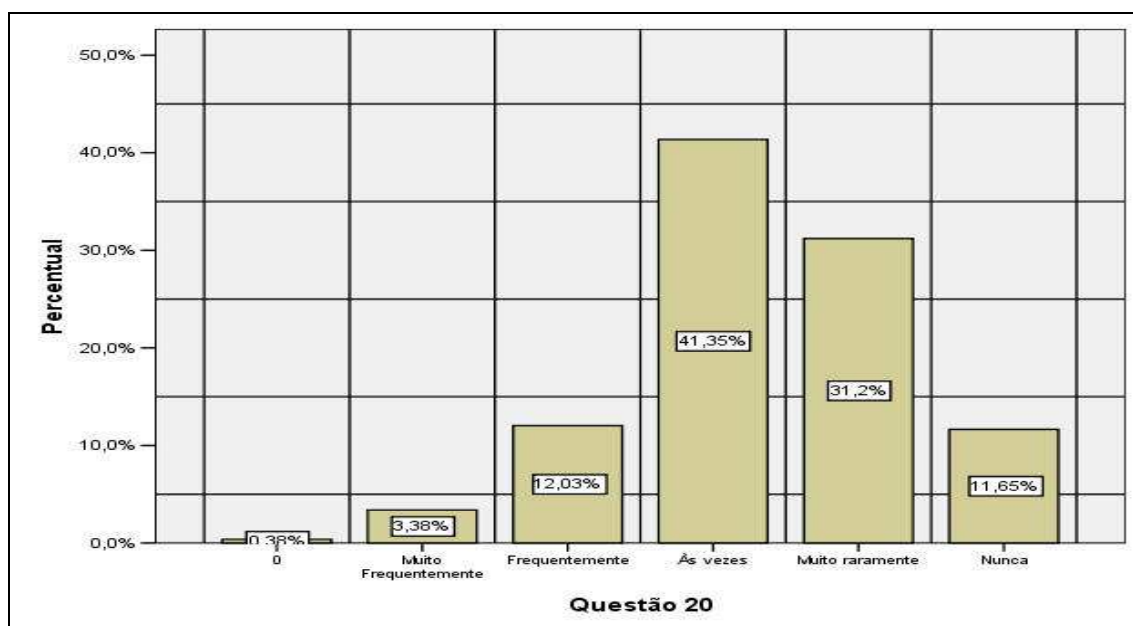


Figura 12. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Artísticas

As atividades manuais (pintura, artesanato, costura, etc.) não fazem parte do perfil dos funcionários do LACTEC: 86,1% muito raramente ou nunca realizam essas atividades e somente 8,65% responderam que às vezes realizam atividades manuais como forma de lazer.

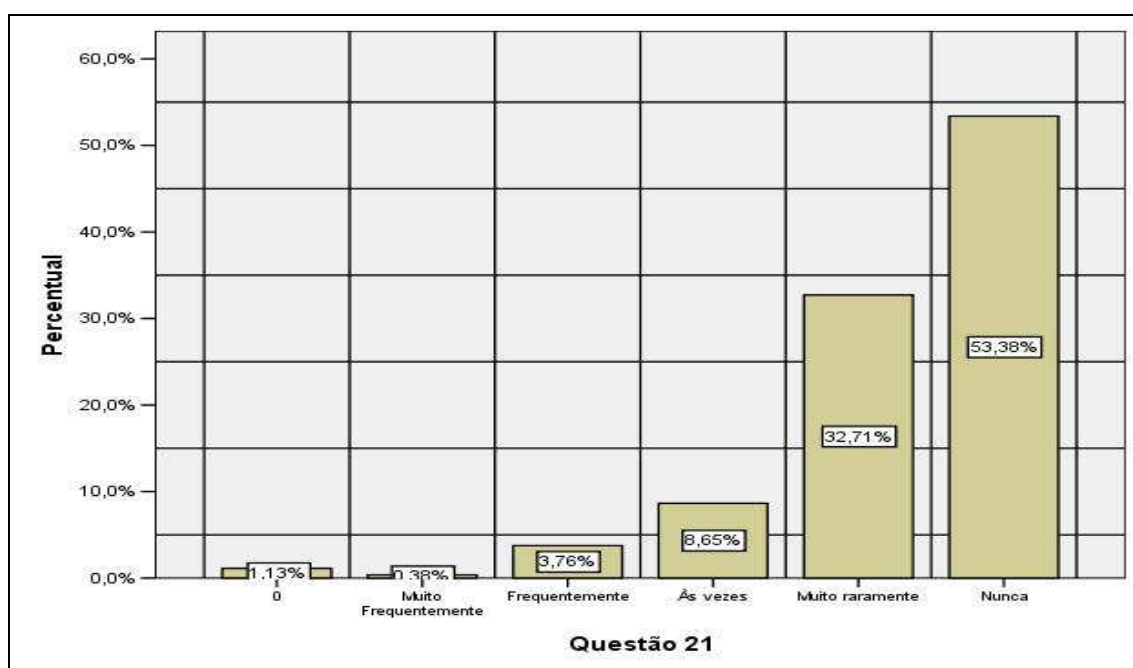


Figura 13. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Manuais

As atividades intelectuais são realizadas com maior frequência pelos funcionários. 55,6% fazem frequentemente leituras, “cursos de línguas e profissionalizantes”³⁹⁵, entre outras. E 29,3% realizam às vezes. Ou seja, são atividades que fazem parte do perfil dos colaboradores.

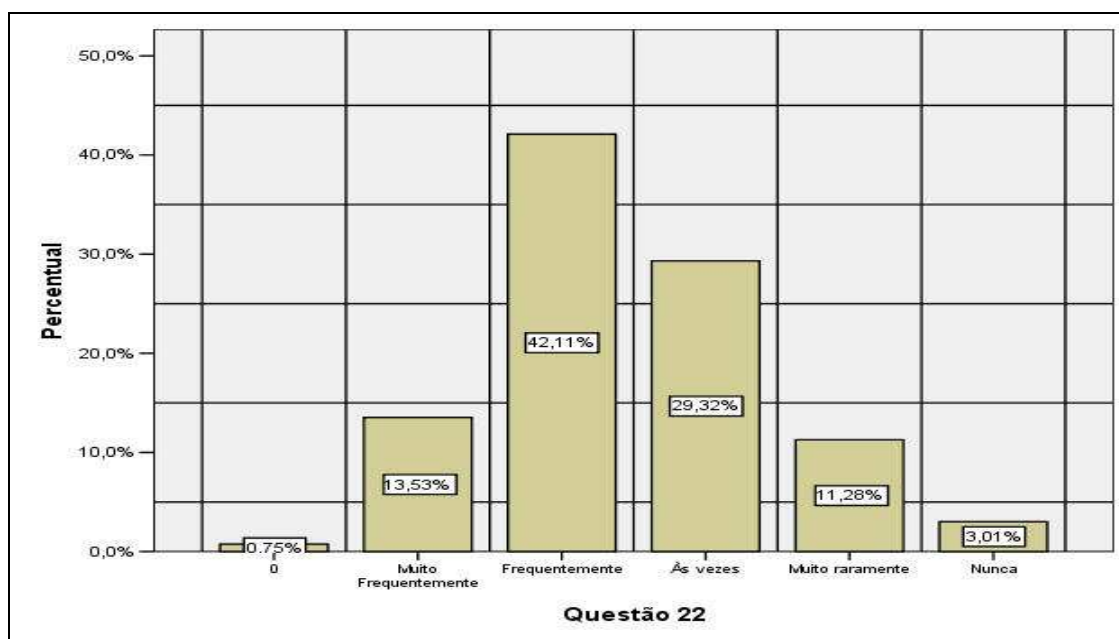


Figura 14. Distribuição da Frequência Percentual da Prática de Atividades Intelectuais

No Bloco IV perguntamos com que frequência os colaboradores realizam determinadas atividades de lazer. No Bloco V perguntamos com que frequência os mesmos gostariam de realizar tais atividades.

Em relação às atividades físicas ou desportivas, 88,7% afirmaram querer realizar com muita frequência ou frequentemente essas atividades. Somente 2,7% não gostam desse tipo de atividade e 8,6% fariam às vezes.

Quanto às atividades sociais, 69,2% gostariam de realizá-las com frequência. O número de pessoas que preferem participar de atividades sociais somente às vezes é maior do que o número de pessoas que realizaria

³⁹⁵ Esse tipo de atividade, se considerarmos o Espectro do Tempo Livre de Elias, poderia ser classificada como intermediária e não especificamente de lazer. Porém, de acordo com o autor, algumas das outras atividades de tempo livre podem transformar-se em lazer. Assim também, mesmo as atividades de lazer, proporcionam oportunidade para experiências emocionais que estão excluídas dos setores altamente rotineiros da vida das pessoas, *em certa medida*. Entendemos que a melhor forma de classificar essas atividades seria descobrindo o significado das mesmas para quem as pratica: são voluntárias? São agradáveis? Mantêm algum caráter de trabalho, mesmo que distinto do profissional? Em que medida não são rotineiras? Com base nesse argumento, incluímos tais atividades dentre as de lazer aqui pesquisadas. Pode haver aqueles que se emocionam aprendendo.

atividades esportivas às vezes: 24,8%. Ou seja, a atividade de lazer física desportiva ainda é preferida em relação à social.

45,8% dos colaboradores gostariam de realizar atividades artísticas com frequência. 35,3% só participariam às vezes e 18,8% nunca ou muito raramente.

Ao avaliar a frequência com que os funcionários gostariam de realizar atividades manuais obtivemos os dados de que 25,2% realizariam com frequência e 40,2% às vezes.

Considerando que as atividades intelectuais podem ser consideradas intermediárias, observamos as respostas para essas questões de maneira minuciosa. A princípio obtivemos os dados de que 55,6% dos colaboradores realizam atividades intelectuais frequentemente ou muito frequentemente. 75,9% gostariam de realizá-las nessas frequências. Contudo, ao confrontar as respostas de cada indivíduo no que diz respeito à frequência com que realizam tais atividades e a frequência com que gostariam de realizá-las, detectamos números interessantes e relevantes para nosso estudo. Dos 13,5% que realizam as atividades intelectuais de lazer muito frequentemente, 66,66% continuariam realizando as atividades com a mesma frequência, mas 33,33% gostariam de realizá-las numa frequência menor. Já dos 42,1% que afirmaram realizar essas atividades frequentemente, 57,14% afirmaram querer realizar nessa mesma frequência, 32,14% afirmaram querer realizá-las muito frequentemente e 9,82% reduziriam a frequência com que realizam atividades intelectuais de lazer. Além disso, dos 29,9% que afirmaram realizar essas atividades às vezes, 6,41% responderam que as realizariam muito raramente ou nunca. Outros 28,20% continuariam realizando às vezes e o restante optaria por frequência maior.

Percebemos que o lazer intelectual faz parte do perfil desses trabalhadores e que seus anseios representam a importância dessa atividade para a maioria do grupo. Entretanto, 10,15% do total do grupo pesquisado, afirmou realizar essa atividade além do que realmente gostaria. Será que isso pode nos dizer que alguns funcionários realizam algumas atividades intelectuais por obrigação, e não como forma de lazer? Para esses 10,15% as atividades intelectuais representam atividades intermediárias, de cunho formativo e não prazeroso.

A pesquisa do Bloco V evidencia que as atividades físicas/esportivas e as intelectuais seriam as mais procuradas pelos colaboradores do LACTEC para realizarem seus anseios no que diz respeito às atividades lúdicas em seu tempo livre.

Cabe mencionar aqui que a frequência com que as pessoas realizam determinadas atividades não significa, necessariamente, que sintam prazer nisso ou que seja, de fato, uma expressão do seu gosto ou de sua identidade. Talvez isso seja melhor expressado na frequência com que gostariam de realizar determinadas práticas em busca da real identidade.

O Bloco VI se constitui num quadro geral contendo vinte e oito atividades que podem ser realizadas no tempo livre e que, segundo Elias³⁹⁶, podem ser consideradas de lazer. Os dois gráficos que seguem mostram quais são as dez atividades do referido bloco realizadas com maior frequência pelos colaboradores, especificando-se os gêneros dos praticantes.

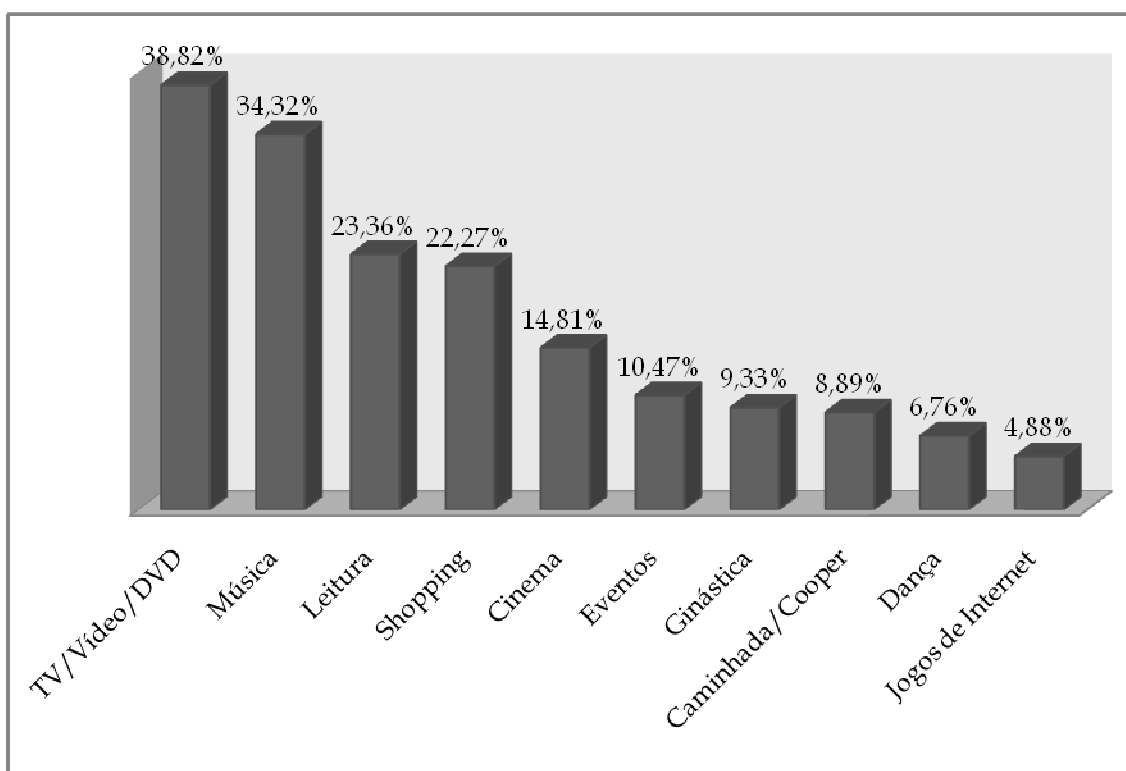


Figura 15. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelas mulheres do LACTEC

³⁹⁶ ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992, p. 148.

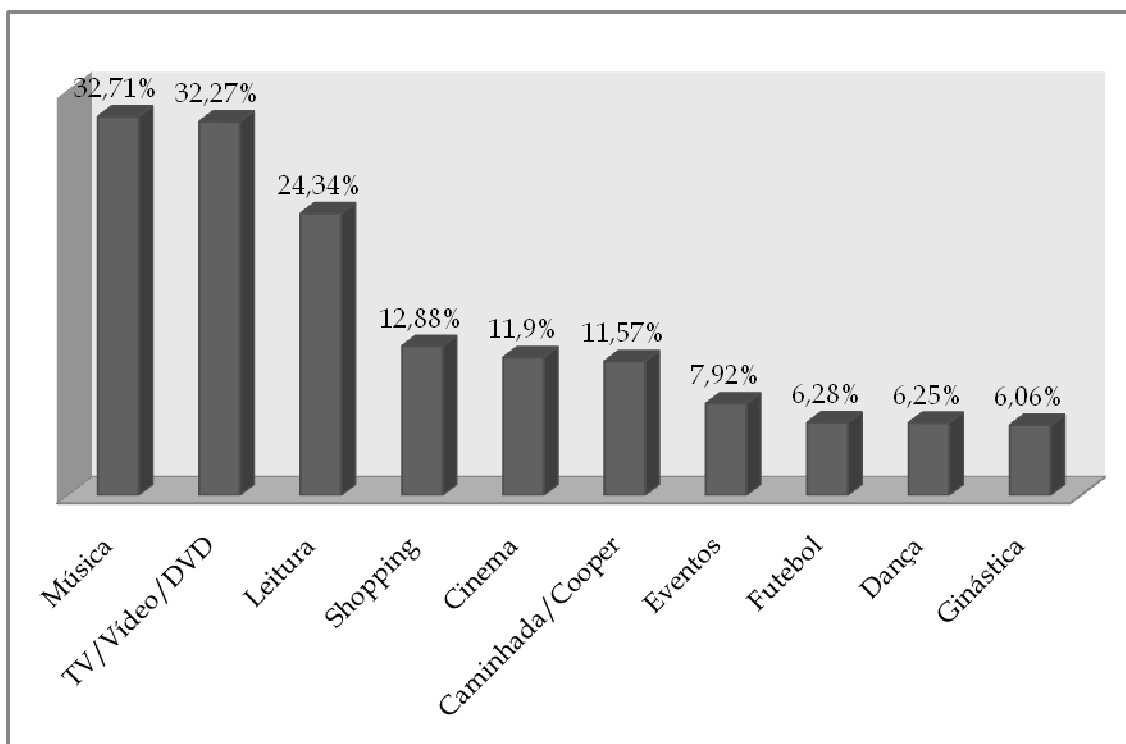


Figura 16. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos homens do LACTEC

Ao avaliarmos as atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos colaboradores do LACTEC percebemos que as práticas dos homens e mulheres são muito semelhantes. No geral, essas práticas não mudam em função do gênero. Quando comparamos os dois gráficos, só não há convergência quanto ao futebol e os jogos de internet. A primeira atividade tem presença discreta no *ranking* masculino e não aparece no feminino. A segunda aparece no *ranking* feminino e não consta no masculino.

Entretanto, apesar de as dez atividades mais realizadas serem praticamente as mesmas, a porcentagem de realização dessas atividades é diferenciada. De acordo com os números, mais homens praticam as atividades físicas/desportivas, ao passo que mais mulheres frequentam shoppings e cinemas.

A principal atividade de lazer, classificada em primeiro lugar pelo gênero feminino, foi assistir TV/Vídeo/DVD³⁹⁷. Ao todo, 38,82% das mulheres realiza

³⁹⁷ Considerarmos atividades como assistir à televisão ou a filmes em vídeo/DVD formas de entretenimento. Quanto à caracterização da mesma como atividade de lazer ou não, talvez se deva levar em consideração a sua capacidade de possibilitar a excitação no nível em que cada indivíduo/consumidor necessita. Atualmente, as pessoas podem locar um filme da sua escolha (ou jogos) para consumir aquilo que lhe falta na vida diária. Outra opção para suprir essa “carência”, tem sido, para muitos, assistir à televisão (aberta ou fechada), a despeito da

essa atividade muito frequentemente. Em segundo lugar apareceu a música com 34,32%. Já para os homens, a música apareceu em primeiro lugar no *ranking* com 32,71% e TV/Vídeo/DVD entrou em segundo lugar com uma queda discreta quanto ao percentual que indica a frequência dessa prática: 32,27%.

Os gráficos acima demonstram que a distância entre os valores percentuais que indicam as práticas de lazer dos trabalhadores do LACTEC é mínima, de forma que podemos considerar que não há diferenças relevantes entre as práticas de lazer e o consumo de bens culturais por parte dos homens e das mulheres que trabalham no Instituto. Contudo nos perguntamos: há diferenças entre as práticas de lazer exercidas pelos pesquisadores do LACTEC em relação aos demais colaboradores? Veremos no próximo capítulo.

O Bloco VII é uma avaliação do grau de instrução, da função que exercem na empresa e do estado civil dos colaboradores.

Dos 266 funcionários que trabalham no LACTEC e responderam à pesquisa, 17 são doutores, o que equivale a 6,4% do total dos funcionários; 56 são mestres, totalizando 21,1% da amostra; 39 têm especialização, correspondendo a 14,7% do público estudado; e 124 são graduados no ensino superior, ou seja, 46,6%.

Sobre as funções exercidas no Instituto, 21,4% dos funcionários atuam na área administrativa, 48,5% na área da pesquisa, 28,2% na produção e 1,9% na manutenção.

No capítulo que se encerra apresentamos a história do LACTEC enfatizando sua importância – e, principalmente, dos seus colaboradores – no contexto nacional; avaliamos as políticas internas do Instituto no que diz respeito aos programas referentes ao esporte e lazer e fizemos uma descrição das respostas para obter um panorama geral dos funcionários, traçando os

programação exibida ser controlada ou não pela indústria cultural. Mais uma vez vamos ressaltar que, segundo Elias, “para tudo o que faltava na vida diária, um substituto foi criado nos sonhos, nos livros, na pintura. [...] A nobreza leu novelas da cavalaria; os burgueses assistem em filmes à violência e à paixão erótica. Os choques físicos, as guerras e as rixas diminuíram e tudo que as lembrava, até mesmo o trinchamento de animais mortos e o uso da faca à mesa, foi banido da vista ou pelo menos submetido à regras sociais cada vez mais exatas. Mas ao mesmo tempo, o campo de batalhas foi, em certo sentido, transportado para dentro do indivíduo.” Cf. ELIAS, N. **O Processo Civilizador: Formação do Estado e Civilização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1993. 2v, p. 203.

principais hábitos referentes à prática de atividades de lazer dos seus colaboradores.

No próximo capítulo pretendemos estudar o consumo de bens culturais e as práticas de lazer de determinado grupo relacionando grau de instrução, gênero, renda familiar e as atividades de sua preferência com a função que exercem profissionalmente: **a pesquisa científica tecnológica**. Para tanto, faremos uma comparação entre o grupo supracitado e os demais existentes no LACTEC.

4. O CONSUMO DE BENS CULTURAIS E AS PRÁTICAS DE LAZER DOS PESQUISADORES DO LACTEC

4.1. METODOLOGIA

Neste capítulo pretendemos identificar as práticas de lazer e o consumo de bens culturais por parte de um grupo específico que atua profissionalmente no LACTEC produzindo conhecimento. Para tanto, comparamos o referido grupo aos demais existentes na empresa.

Nesse caso, que foge à simples descrição, os testes estatísticos foram procedimentos necessários para a organização, apresentação, análise e interpretação dos dados.

No capítulo três mencionamos que as variáveis utilizadas nessa pesquisa são categóricas, mensuradas em escalas. Assim, para a realização da comparação entre os grupos, optamos por utilizar como procedimento metodológico as tabelas de contingência, nas quais linhas e colunas delimitam células onde estão dispostas as frequências das respostas obtidas por meio dos questionários.

Para compararmos a proporção dessas frequências utilizamos o Qui-quadrado: teste de associação entre variáveis interdependentes. Dessa forma, a função exercida na empresa foi cruzada com dados a respeito da renda familiar, gênero, do grau de escolaridade e das principais práticas de lazer dos colaboradores, considerando significativos valores menores que 5% ($p \leq 0,05$).

4.2. OS PESQUISADORES DO LACTEC

Como vimos anteriormente, 48,5% dos funcionários que responderam ao nosso estudo são pesquisadores, ou seja, atuam profissionalmente produzindo conhecimento científico tecnológico.

Essa porcentagem equivale a 129 funcionários, sendo 100 do sexo masculino e 29 do sexo feminino, números que correspondem a 54,3% dos homens e 35,4% das mulheres do total de trabalhadores do LACTEC.

Para compararmos as funções exercidas na empresa estratificadas conforme os gêneros, construímos a seguinte tabela:

Tabela 1. Distribuição Percentual da Função exercida na empresa de acordo com o Gênero

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Feminino	33 57,9% 40,2%	19 25,3% 23,2%	1 20,0% 1,2%	29 22,5% 35,4%	82 30,8% 100,0%	
Masculino	24 42,1% 13,0%	56 74,7% 30,4%	4 80,0% 2,2%	100 77,5% 54,3%	184 69,2% 100,0%	
Total	57 100,0% 21,4%	75 100,0% 28,2%	5 100,0% 1,9%	129 100,0% 48,5%	266 100,0% 100,0%	0,000

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Podemos afirmar que a diferença significativa encontrada entre os grupos ($p=0,000$) está na proporção de mulheres e homens trabalhando no setor administrativo do Instituto. Diferentemente dos demais setores, nos quais as porcentagens de homens e mulheres são diretamente proporcionais às porcentagens da amostra total (mais ou menos 70% e 30%, respectivamente), o administrativo apresenta um número de mulheres maior em relação aos homens (42,1% são homens e 57,9% são mulheres).

Além de variar de acordo com o gênero, a função exercida na empresa também varia de acordo com o grau de instrução dos colaboradores. A tabela abaixo demonstra:

Tabela 2. Distribuição Percentual da Função na empresa de acordo com o Grau de Instrução

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Ensino Fundamenta/Médio	11 19,3% 36,7%	13 17,3% 43,3%	1 20,0% 3,3%	5 3,9% 16,7%	30 11,3% 100,0%	
Ensino Superior	30 52,6% 24,2%	42 56,0% 33,9%	4 80,0% 3,2%	48 37,2% 38,7%	124 46,6% 100,0%	
Especialização	14 24,6% 35,9%	14 18,7% 35,9%	0 0,0% 0,0%	11 8,5% 28,2%	39 14,7% 100,0%	
Mestrado	2 3,5% 3,6%	6 8,0% 10,7%	0 0,0% 0,0%	48 37,2% 85,7%	56 21,1% 100,0%	
Doutorado	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	17 13,2% 100,0%	17 6,4% 100,0%	
Total	57 100,0% 21,4%	75 100,0% 28,2%	5 100,0% 1,9%	129 100,0% 48,5%	266 100,0% 100,0%	0,0000

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

O grau de instrução dos pesquisadores é bastante variado. Dentre os 48,5% dos pesquisadores, 3,9% são estagiários e ainda não concluíram o ensino superior, 37,2% concluíram uma faculdade, 8,5% são especializados, 37,2% são mestres e 13,2% são doutores.

Apesar dessas variações no grau de formação dos funcionários, há estreita relação entre essa variável e a função que exercem profissionalmente ($p=0,0000$). Note que 13,2% dos pesquisadores são doutores e que 100% dos doutores trabalham somente com a pesquisa. Não há doutores exercendo outras funções no Instituto. Dentre os 21,1% da amostra total que são mestres, 85,7% são pesquisadores, 10,7% trabalham na produção e 3,6%, o que equivale a dois funcionários, têm cargos administrativos. Os funcionários especializados, em sua maioria, trabalham em cargos administrativos ou com produção. Apenas 28,2% são pesquisadores.

De acordo com a tabela 2, 42,2% dos trabalhadores do Instituto não estagnaram sua formação após concluírem o ensino superior. Além disso, estimulados pelo próprio LACTEC, alguns dos funcionários que pertencem à classe do formados no ensino superior estão cursando especializações. Da mesma forma, alguns mestres são doutorandos e doutores estão finalizando teses de pós-doutorado. Considerando tais fatos, é possível afirmar, novamente, que o LACTEC investe não só na produção do conhecimento tecnológico para o bem comum, mas na formação intelectual de cada um dos seus colaboradores.

Outra variável correlacionada à função exercida na empresa foi a renda familiar. Ao avaliarmos a situação financeira dos pesquisadores, notamos que alguns se sentiram constrangidos e assinalaram valores não condizentes com sua atuação. Apesar de acreditarmos que respostas verdadeiras possam ter sido omitidas, consideramos aquelas assinaladas nos questionários.

Perceba que, de acordo com a tabela abaixo, dentre os funcionários que ganham o valor máximo estabelecido pela pesquisa (acima de R\$7733,00)³⁹⁸, 60,6% são pesquisadores, 21,2% trabalham com a produção e 18,2% na administração do Instituto.

³⁹⁸ Os valores estabelecidos na pesquisa estão de acordo com o **CCEB – Critério de Classificação Econômica Brasil**. Cf. <http://www.abep.org.br>.

Não podemos afirmar de todo que os pesquisadores têm uma renda familiar mais alta do que os outros funcionários, pois a distribuição de valores é proporcional ao número total da amostra. Entretanto, há indícios de que os funcionários que ganham os salários mais abastados sejam pesquisadores.

Tabela 3. Distribuição Percentual da Renda Familiar de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
De R\$ 207,00 à R\$ 424,00	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	2 1,6% 100,0%	2 0,8% 100,0%	
De R\$ 424,00 a 927,00	4 7,0% 40,0%	4 5,3% 40,0%	0 0,0% 0,0%	2 1,6% 20,0%	10 3,8% 100,0%	
De R\$ 927,00 à R\$ 1669,00	8 14,0% 34,8%	12 16,0% 52,2%	0 0,0% 0,0%	3 2,3% 13,0%	23 8,6% 100,0%	
De R\$ 1669,00 à R\$ 2804,00	9 15,8% 20,5%	9 12,0% 20,5%	3 60,0% 6,8%	23 17,8% 52,3%	44 16,5% 100,0%	
De R\$ 2804,00 à R\$ 4648,00	22 38,6% 21,4%	32 42,7% 31,1%	1 20,0% 1,0%	48 37,2% 46,6%	103 38,7% 100,0%	
De R\$ 4648,00 à R\$ 7793,00	8 14,0% 15,7%	11 14,7% 21,6%	1 20,0% 2,0%	31 24,0% 60,8%	51 19,2% 100,0%	
Acima de R\$ 7793,00	6 10,5% 18,2%	7 9,3% 21,2%	0 0,0% 0,0%	20 15,5% 60,6%	33 12,4% 100,0%	
Total	57 100,0% 21,4%	75 100,0% 28,2%	5 100,0% 1,9%	129 100,0% 48,5%	266 100,0% 100,0%	0,0206

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

É importante ressaltar, aqui, que renda familiar e estado civil podem ser fatores que influenciam na escolha de determinadas práticas e no seu consumo. Os hábitos de esporte, lazer e consumo de bens culturais variam entre pesquisadores com maior e menor renda socioeconômica? Pesquisadores casados e solteiros têm práticas diferenciadas? Brevemente veremos.

Dentre os pesquisadores, 35,7% são casados, 58,1% são solteiros, 3,1% são divorciados e 3,1% afirmaram ter outras relações estabelecidas. A média etária é de 28,96 anos entre as mulheres e de 31,65 anos entre os homens.

Já mencionamos a importância de se avaliar o tempo de trabalho para que se possa definir o tempo livre e o tempo de lazer. Avaliamos, então, se há

diferenças entre turno de trabalho ($p=0,1661$), horas semanais trabalhadas ($p=0,2201$), atividades profissionais extras ($p=0,4301$), enfim, se os pesquisadores trabalham mais que os outros funcionários. Constatamos que não há diferenças significativas entre os grupos. Também não há diferenças no tempo ($p=0,4279$) e na maneira como os pesquisadores passam suas férias ($p=0,9587$) em relação aos demais trabalhadores do LACTEC.

As horas gastas diariamente com as práticas de atividades intermediárias também foram avaliadas de acordo com a função exercida na empresa. As variáveis foram: obrigações familiares ($p=0,3169$), atividades religiosas ($p=0,4124$) e atividades recreativas ($p=0,5505$). Nenhuma apresentou resultados significativos. Ou seja, independentemente da função que exerçam na empresa, aproximadamente 75% dos funcionários do LACTEC gastam até 3 horas cumprindo as obrigações familiares, até 1 hora com atividades religiosas e até 3 horas com atividades recreativas.

Nesse estudo, constatamos que apenas 7,1% dos trabalhadores do grupo aqui pesquisado afirmaram trabalhar nos finais de semana. Os outros 92,9% têm maiores possibilidades de se dedicarem a atividades menos rotineiras e de lazer. Assim, vale ressaltar que, muito frequentemente e frequentemente, 20,2% dos pesquisadores fazem turismo ($p=0,2487$), 31,1% praticam esportes ($p=0,1576$), 32,5% visitam parentes e amigos ($p=0,5590$), 38,8% realizam atividades ao ar livre ($p=0,0772$) e 65,9% afirmaram ficar em casa nos finais de semana ($p=0,0023$). A realização dessa última atividade não exclui a possibilidade de que realizem as outras aqui mencionadas. Na maioria dos casos, há uma conciliação entre duas ou mais práticas de lazer aos sábados e domingos. Excetuando o “ficar em casa” ($p=0,0023$), prática mais comum entre os pesquisadores, as atividades de lazer por eles realizadas nos finais de semana, conforme as análises estatísticas, não diferem das práticas dos demais grupos.

Tendo como base a afirmação acima, será que a atividade profissional é mesmo capaz de influenciar os indivíduos nas escolhas e nos hábitos de lazer?

Ao perguntarmos a frequência com que os pesquisados realizam determinadas atividades de lazer, obtivemos resultados estatísticos de que quatro dentre os cinco tipos de lazer citados nessa pesquisa (físico/desportivo,

social, artístico, manual e intelectual) não diferem entre os grupos de trabalhadores.

A primeira atividade de lazer relacionada à função exercida na empresa foi a física/esportiva.

Tabela 4. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Físicas/esportivas de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	<i>Pesquisa</i>	Total	p – valor*
Muito	7	14	0	23	44	
Frequentemente	12,3%	18,7%	0,0%	17,8%	16,5%	
	15,9%	31,8%	0,0%	52,3%	100,0%	
Frequentemente	12	18	2	30	62	
	21,1%	24,0%	40,0%	23,3%	23,3%	
	19,4%	29,0%	3,2%	48,4%	100,0%	
Às vezes	12	23	2	34	71	
	21,1%	30,7%	40,0%	26,4%	26,7%	
	16,9%	32,4%	2,8%	47,9%	100,0%	
Muito	14	14	0	30	58	
Raramente	24,6%	18,7%	0,0%	23,3%	21,8%	
	24,1%	24,1%	0,0%	51,7%	100,0%	
Nunca	12	6	1	12	31	
	21,1%	8,0%	20,0%	9,3%	11,7%	
	38,7%	19,4%	3,2%	38,7%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,4596
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Dentre os 129 pesquisadores do LACTEC, 41,1% (44 homens e 9 mulheres) e 26,4% (28 homens e 6 mulheres), respectivamente, realizam atividades físicas frequentemente e às vezes. Apenas 9,3%, composto por 7 homens e 5 mulheres, nunca praticam esportes ou exercitam o corpo como forma de diversão.

Quando avaliamos a mesma atividade de lazer relacionada ao grau de instrução, também não obtivemos resultados significativos ($p=0,1404$ para o sexo feminino e $p=0,0550$ para o masculino). Entretanto, ao estratificarmos a prática de atividades físicas/esportivas de acordo com gênero, o $p=0,000$ comprovou que homens pesquisadores praticam mais atividades físicas/desportivas como forma de lazer do que mulheres pesquisadoras.

O segundo tipo de lazer avaliado foi o social. De acordo com a tabela a seguir, não há diferenças entre os pesquisadores e os demais trabalhadores no que diz respeito às atividades sociais de lazer. Além disso, ao estratificarmos

essa questão por gênero, não detectamos nenhuma significância nos testes estatísticos.

Tabela 5. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Sociais de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	<i>Pesquisa</i>	Total	p – valor*
Muito	4	4	0	10	18	
Frequentemente	7,0% 22,2%	5,3% 22,2%	0,0% 0,0%	7,8% 55,6%	6,8% 100,0%	
Frequentemente	10	12	1	37	60	
	17,5% 16,7%	16,0% 20,0%	20,0% 1,7%	28,7% 61,7%	22,6% 100,0%	
Às vezes	27	36	3	38	104	
	47,4% 26,0%	48,0% 34,6%	60,0% 2,9%	29,5% 36,5%	39,1% 100,0%	
Muito	11	22	1	30	64	
Raramente	19,3% 17,2%	29,3% 34,4%	20,0% 1,6%	23,3% 46,9%	24,1% 100,0%	
Nunca	5	1	0	14	20	
	8,8% 25,0%	1,3% 5,0%	0,0% 0,0%	10,9% 70,0%	7,5% 100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,0931
	100,0% 21,4%	100,0% 28,2%	100,0% 1,9%	100,0% 48,5%	100,0% 100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Cabe mencionar aqui que, apesar de não haver diferença significativa entre os grupos ($p=0,0931$), dentre aqueles que nunca realizam atividades sociais, 70% são pesquisadores.

Analizamos, também, a prática do lazer social realizada pelos pesquisadores de acordo com o seu grau de instrução:

Tabela 6. Distribuição Percentual da Frequência com que os PESQUISADORES realizam Atividades Sociais de acordo com o grau de Instrução

	Ensino Fundamental/ Médio	Ensino Superior	Especialização	Mestrado	Doutorado	Total	p – valor*
Muito	0	3	0	7	0	10	
Frequentemente	0,0% 0,0%	6,3% 30,0%	0,0% 0,0%	14,6% 70,0%	0,0% 0,0%	7,8% 100,0%	
Frequentemente	3	19	1	11	3	37	
	60,0% 8,1%	39,6% 51,4%	9,1% 2,7%	22,9% 29,7%	17,6% 8,1%	28,7% 100,0%	
Às vezes	1	15	3	12	7	38	
	20,0% 2,6%	31,3% 39,5%	27,3% 7,9%	25,0% 31,6%	41,2% 18,4%	29,5% 100,0%	
Muito	0	9	6	13	2	30	
Raramente	0,0% 0,0%	18,8% 30,0%	54,5% 20,0%	27,1% 43,3%	11,8% 6,7%	23,3% 100,0%	
Nunca	1	2	1	5	5	14	
	20,0% 7,1%	4,2% 14,3%	9,1% 7,1%	10,4% 35,7%	29,4% 35,7%	10,9% 100,0%	
Total	5	48	11	48	17	129	0,0264
	100,0% 3,9%	100,0% 37,2%	100,0% 8,5%	100,0% 37,2%	100,0% 13,2%	100,0% 100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

O $p=0,0026$ confirma a diferença significativa entre a realização de práticas sociais de lazer conforme o grau de instrução dos pesquisadores. Aqueles que cursam o ensino superior ou que já o concluíram realizam mais atividades sociais de lazer do que os que são mestres e doutores. Já os que estão na fase de especialização realizam com menor frequência essas atividades. Se excluíssemos o grupo de especialização, poderíamos dizer que, quanto maior o nível de formação, menor é a frequência com que as atividades sociais são realizadas pelos pesquisadores do LACTEC.

Ainda estratificando essa questão de acordo com o estado civil, não encontramos diferenças significativas. A hipótese de que conforme haja evoluções no curso de vida dos pesquisadores com o aumento da idade haja, também, uma mudança nos seus hábitos quanto às práticas sociais de lazer, nesse caso, é nula.

Comparando as tabelas 4 e 5, das atividades físicas/esportivas e sociais de lazer, constatamos que, apesar de as diferenças serem mínimas, os pesquisadores ainda preferem as primeiras como forma de diversão.

A terceira atividade de lazer é a artística. Como vimos no capítulo 3, de um modo geral, a atividade artística não é praticada frequentemente pelos colaboradores do LACTEC. Entretanto, buscamos saber se os pesquisadores, especificamente, praticam esse tipo de lazer.

Tabela 7. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Artísticas de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Muito	1	0	0	8	9	
Frequentemente	1,8%	0,0%	0,0%	6,2%	3,4%	
	11,1%	0,0%	0,0%	88,9%	100,0%	
Frequentemente	7	8	0	17	32	
	12,3%	10,7%	0,0%	13,2%	12,0%	
	21,9%	25,0%	0,0%	53,1%	100,0%	
Às vezes	26	36	1	48	111	
	45,6%	48,0%	20,0%	37,2%	41,7%	
	23,4%	32,4%	0,9%	43,2%	100,0%	
Muito	16	22	3	42	83	
Raramente	28,1%	29,3%	60,0%	32,6%	31,2%	
	19,3%	26,5%	3,6%	50,6%	100,0%	
Nunca	7	9	1	14	31	
	12,3%	12,0%	20,0%	10,9%	11,7%	
	22,6%	29,0%	3,2%	45,2%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,5103
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Dentre os 48,5% de pesquisadores, 19,4% afirmaram realizar as atividades artísticas frequentemente e 37,2% às vezes. Já 43,5% nunca ou muito raramente desfrutam desse tipo de lazer. Também não há diferenças significativas quando comparadas, tais práticas, de acordo com o grau de instrução e estado civil ($p=0,0973$).

As atividades manuais, que compõem o quarto tipo de lazer estudado nessa pesquisa, muito raramente são praticadas pelos funcionários do LACTEC.

Tabela 8. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Manuais de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Muito	0	0	0	1	1	
Frequentemente	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,4%	
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
Frequentemente	2	2	1	5	10	
	3,5%	2,7%	20,0%	3,9%	3,8%	
	20,0%	20,0%	10,0%	50,0%	100,0%	
Às vezes	6	10	0	10	26	
	10,5%	13,3%	0,0%	7,8%	9,8%	
	23,1%	38,5%	0,0%	38,5%	100,0%	
Muito	17	24	1	45	87	
Raramente	29,8%	32,0%	20,0%	34,9%	32,7%	
	19,5%	27,6%	1,1%	51,7%	100,0%	
Nunca	32	39	3	68	142	
	56,1%	52,0%	60,0%	52,7%	53,4%	
	22,5%	27,5%	2,1%	47,9%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,8151
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Perceba que 53,4% do total dos pesquisados nunca realizam atividades manuais e 32,7% respondeu fazer muito raramente. Não há diferenças significativas entre os pesquisadores e as demais funções ($p=0,8151$), nem entre pesquisadores, graus de instrução e estado civil ($p=0,5975$).

A quinta atividade de lazer, a intelectual, foi a única que apresentou diferenças estatisticamente significativas quando associada aos diferentes grupos de profissionais ($p=0,0330$). Percebemos essa diferença quando avaliamos aqueles que muito raramente ou nunca realizam tais atividades. A porcentagem de pesquisadores é inferior em relação às demais. Já os funcionários da manutenção representam o grupo que menos realiza atividades intelectuais de lazer frequentemente.

De acordo com os números, 46,7% dos funcionários da produção e 54,4% dos que trabalham na administração responderam realizar as atividades intelectuais frequentemente. Quando avaliamos os pesquisadores, esse número saltou para 62,8%.

Esses números nos conduzem à ideia de que mais pesquisadores realizam atividades de lazer intelectual em relação aos demais trabalhadores. Isso, porém, não nos permite afirmar que a realização frequente de atividades intelectuais de lazer seja uma característica específica desse grupo. Como vimos anteriormente, a realização de atividades intelectuais é comum em todo o LACTEC. A tabela 9 explicita as afirmações acima.

Tabela 9. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários realizam Atividades Intelectuais de acordo com a função exercida na empresa

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Muito	7	9	1	19	36	
Frequentemente	12,3%	12,0%	20,0%	14,7%	13,5%	
	19,4%	25,0%	2,8%	52,8%	100,0%	
Frequentemente	24	26	0	62	112	
	42,1%	34,7%	0,0%	48,1%	42,1%	
	21,4%	23,2%	0,0%	55,4%	100,0%	
Às vezes	16	28	1	35	80	
	28,1%	37,3%	20,0%	27,1%	30,1%	
	20,0%	25,0%	1,3%	43,8%	100,0%	
Muito	6	10	3	11	30	
Raramente	10,5%	13,3%	60,0%	8,5%	11,3%	
	20,0%	33,3%	10,0%	36,7%	100,0%	
Nunca	4	2	0	2	8	
	7,0%	2,7%	0,0%	1,6%	3,0%	
	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,0330
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Como vimos, alguns pesquisadores apresentam grau de instrução superior em relação ao restante do grupo; outros estão em fase de aprimoramento intelectual no que diz respeito à formação acadêmica. Poderíamos acreditar que tal fato é determinante na escolha por atividades intelectuais de lazer?

Quando avaliamos essa questão, constatamos que não há diferenças significativas com relação à prática de atividades intelectuais de lazer e o grau de instrução ($p=0,7411$) dos pesquisadores. Porém, o estado civil, nesse caso, influencia as escolhas dos pesquisadores ($p=0,0021$). Casados e divorciados

realizam atividades intelectuais de lazer com maior frequência em relação aos solteiros e outros.

A tabela a 10 foi construída a fim de proporcionar uma melhor visualização da porcentagem com que, frequentemente, os pesquisadores realizam as cinco práticas de lazer citadas em nosso estudo.

Tabela 10. Distribuição Percentual da Frequência com que os PESQUISADORES realizam Atividades de Lazer físicas/esportivas, sociais, artísticas, manuais e intelectuais

	Físicas/esportivas	Sociais	Artísticas	Manuais	Intelectuais
Muito Frequentemente	23 17,8%	10 7,8%	8 6,2%	1 0,8%	19 14,7%
Frequentemente	30 23,3%	37 28,7%	17 13,2%	5 3,9%	62 48,1%
Às vezes	34 26,4%	38 29,5%	48 37,2%	10 7,8%	35 27,1%
Muito Raramente	30 23,3%	30 23,3%	42 32,6%	45 34,9%	11 8,5%
Nunca	12 9,3%	14 10,9%	14 10,9%	68 52,7%	2 1,6%
Total	129 100%	129 100%	129 100%	129 100%	129 100%

Vimos que o lazer intelectual é o mais praticado não só entre os pesquisadores, mas por todo o grupo. E novamente questionamos: a prática de atividades intelectuais seria realizada pela simples fruição ou pelo *status* que representa no interior do grupo, tida como uma necessidade inerente à atividade profissional dos pesquisadores?

Para confirmar sua satisfação e seus desejos em relação ao que fazem e ao que, em outras condições, fariam, mais uma vez avaliamos a frequência com que os pesquisadores gostariam de realizar determinadas práticas de lazer.

Conforme as tabelas seguintes, obtivemos um valor significativo ao associarmos a função exercida na empresa com o desejo de se realizar atividades artísticas ($p=0,0002$) e intelectuais ($p=0,0058$) de lazer.

Tabela 11. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários gostariam de realizar Atividades Artísticas de acordo com a função exercida na empresa.

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Muito	4	5	0	19	28	
Frequentemente	7,0%	6,7%	0,0%	14,7%	10,5%	
	14,3%	17,9%	0,0%	67,9%	100,0%	
Frequentemente	26	18	1	49	94	
	45,6%	24,0%	20,0%	38,0%	35,3%	
	27,7%	19,1%	1,1%	52,1%	100,0%	
Às vezes	21	34	1	38	94	
	36,8%	45,3%	20,0%	29,5%	35,3%	
	22,3%	36,2%	1,1%	40,4%	100,0%	
Muito Raramente	4	16	1	20	41	
	7,0%	21,3%	20,0%	15,5%	15,4%	
	9,8%	39,0%	2,4%	48,8%	100,0%	
Nunca	2	2	2	3	9	
	3,5%	2,7%	40,0%	2,3%	3,4	
	22,2%	22,2%	22,2%	33,3%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,0002
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

A porcentagem dos que trabalham na produção, nas devidas proporções, que realizariam com menor frequência as atividades artísticas de lazer é maior em relação os demais grupos. Quando somadas, muito frequentemente e frequentemente, as porcentagens de pesquisadores e funcionários administrativos que realizariam atividades artísticas de lazer com frequência são equivalentes. Esses dois grupos demonstram maior interesse em participar dessas atividades.

Tabela 12. Distribuição Percentual da Frequência com que os funcionários gostariam de realizar Atividades Intelectuais de acordo com a função exercida na empresa.

	Administração	Produção	Manutenção	Pesquisa	Total	p – valor*
Muito	10	16	1	46	73	
Frequentemente	17,5%	21,3%	20,0%	35,7%	27,4%	
	13,7%	21,9%	1,4%	63,0%	100,0%	
Frequentemente	29	37	0	63	129	
	50,9%	49,3%	0,0%	48,8%	48,5%	
	22,5%	28,7%	0,0%	48,8%	100,0%	
Às vezes	15	16	4	18	53	
	26,3%	21,3%	80,0%	14,0%	19,9%	
	28,3%	30,2%	7,5%	34,0%	100,0%	
Muito Raramente	3	5	0	2	10	
	5,3%	6,7%	0,0%	1,6%	3,8%	
	30,0%	50,0%	0,0%	20,0%	100,0%	
Nunca	0	1	0	0	1	
	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,4%	
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total	57	75	5	129	266	0,0058
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	21,4%	28,2%	1,9%	48,5%	100,0%	

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

Dentre as respostas encontradas na tabela 12, 68,4% dos funcionários administrativos, 70,6% dos colaboradores que trabalham na produção e 84,5% dos pesquisadores gostariam de realizar atividades intelectuais de lazer frequentemente. Ou seja, justamente os que fazem essas atividades, gostariam de intensificar suas práticas.

Contudo, é importante mencionar que, dentre os 129, encontramos 7 pesquisadores (6 homens e 1 mulher) que gostariam de diminuir a frequência com que realizam as atividades intelectuais de lazer. Esse número, apesar de pequeno, pode responder a questão levantada anteriormente sobre os reais motivos pelos quais são realizadas as práticas intelectuais de lazer.

Além do grau de instrução e estado civil, avaliamos, também, se a renda socioeconômica influencia nas práticas de lazer dos pesquisadores do LACTEC.

Primeiramente verificamos que o número de horas despendidas às obrigações familiares ($p=0,7565$) independe da situação financeira do pesquisador. Porém, as horas gastas em atividades recreativas ($p=0,0001$) estão diretamente relacionadas ao fator econômico.

Tabela 13. Distribuição Percentual das horas gastas em Atividades Recreativas pelos PESQUISADORES de acordo com sua Renda Socioeconômica

Renda	Até 1 hora	De 1 a 3 horas	De 4 a 5 horas	De 6 a 8 horas	Mais de 8 horas	Total	p – valor*
De R\$ 207,00 à R\$ 424,00	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	2 33,3% 100,0%	0 0,0% 0,0%	2 1,6% 100,0%	
De R\$ 424,00 a 927,00	1 2,0% 50,0%	1 1,7% 50,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	2 1,6% 100,0%	
De R\$ 927,00 à R\$ 1669,00	1 2,0% 33,3%	0 0,0% 0,0%	2 15,4% 66,7%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	3 2,3% 100,0%	
De R\$ 1669,00 à R\$ 2804,00	10 20,4% 43,5%	10 16,9% 43,5%	1 7,7% 4,3%	2 33,3% 8,7%	0 0,0% 0,0%	23 17,8% 100,0%	
De R\$ 2804,00 à R\$ 4648,00	16 32,7% 33,3%	24 40,7% 50,0%	7 53,8% 14,6%	0 0,0% 0,0%	1 50,0% 2,1%	48 37,2% 100,0%	
De R\$ 4648,00 à R\$ 7793,00	12 24,5% 38,7%	15 25,4% 48,4%	2 15,4% 6,5%	1 16,7% 3,2%	1 50,0% 3,2%	31 24,0% 100,0%	
Acima de R\$ 7793,00	9 18,4% 45,0%	9 18,4% 45,0%	1 7,7% 5,0%	1 16,7% 5,0%	0 0,0% 0,0%	20 15,5% 100,0%	
Total	49 100,0% 38,0%	59 100,0% 45,7%	13 100,0% 10,1%	6 100,0% 4,7%	2 100,0% 1,6%	129 100,0% 100,0%	0,0001

* Teste Qui-Quadrado com valores estatisticamente significativo onde $p \leq 0,05$.

A possibilidade de fruição de um período recreativo de quatro ou mais horas é maior para os que possuem renda até R\$2804,00. Aparentemente, essa possibilidade diminui para os pesquisadores que têm uma renda acima de R\$2804,00. Dentre os que ganham acima de R\$7793,00, 90% têm até três horas para se divertirem.

Conforme as análises estatísticas, as práticas de atividades de lazer físicas/esportivas ($p=0,6572$), sociais ($p=0,5964$), artísticas ($p=0,4352$), manuais ($p=0,9847$) e intelectuais ($p=0,7391$) são realizadas pelos pesquisadores independentemente de sua renda. Dentre os pesquisadores do LACTEC não há diferenças significativas no que diz respeito à associação entre realização de determinada prática de lazer e condição financeira.

Resumindo, a renda econômica não influencia os pesquisadores em suas escolhas por determinadas práticas de lazer, entretanto é fator determinante no que diz respeito ao tempo despendido para a realização de tais práticas.

Após realizar as comparações entre os grupos e avaliar estatisticamente suas diferenças, observamos as respostas do bloco VI, no qual um quadro geral de vinte oito exemplos de atividades de lazer foram questionadas quanto a frequência de sua realização pelos pesquisadores.

Dentre elas, quando comparadas aos demais grupos, a ginástica³⁹⁹ apresentou resultado estatístico significativo ($p=0,0475$): sua prática é mais comum entre os funcionários do grupo da administração. Considerando que na administração o número de mulheres é maior, poderíamos associar a prática da ginástica como atividade própria do grupo feminino?

Estatisticamente, podemos dizer que há significância nessa relação ($p=0,0341$): as mulheres realizam mais essa atividade quando comparadas aos homens. Entretanto, apesar de significativa, não podemos afirmar que a atividade é característica do grupo feminino, pois, ainda que pequena, há uma parcela de 9,2% dos homens realizando essa atividade frequentemente e 12% às vezes.

³⁹⁹ Quando aplicamos os questionários, enfatizamos ao grupo pesquisado que a ginástica mencionada no instrumento de pesquisa refere-se à ginástica de academia: tanto às aulas de ginástica específicas – ministradas por professores de educação física – quanto à musculação.

Outro fator relevante no que diz respeito à prática da ginástica é que a mesma foi uma dentre apenas cinco variáveis que, quando associadas à idade, apresentaram diferenças estatisticamente significativas ($p=0,0004$). Quanto a essa associação, podemos afirmar que predominantemente os sujeitos que a realizam têm entre 33 e 40 anos.

As atividades físicas/esportivas que também apresentaram essa significância quando relacionadas à idade foram o tênis ($p=0,0000$) – com um grupo de praticantes com idades entre 25 e 31 anos – e o handebol ($p=0,0088$) – praticado por colaboradores com idades entre 31 e 40 anos. As atividades artísticas foram o teatro ($p=0,0020$) e o cinema ($p=0,0052$). O teatro pôde ser assim dividido: colaboradores com idades até 27 anos frequentam o teatro às vezes; dos 28 aos 42 anos essa frequência se intensifica e, a partir dos 43 anos, as idas ao teatro ocorrem muito raramente ou nunca. Com relação ao cinema, os pesquisados até 38 anos costumam frequentá-lo com maior assiduidade; a partir dos 39 anos essa assiduidade é muito rara.

Dentre as vinte e oito possíveis atividades realizadas pelos pesquisadores do LACTEC, destacamos a seguir as dez praticadas com maior frequência. Novamente, percebemos que as práticas dos pesquisadores são semelhantes às da amostra total.

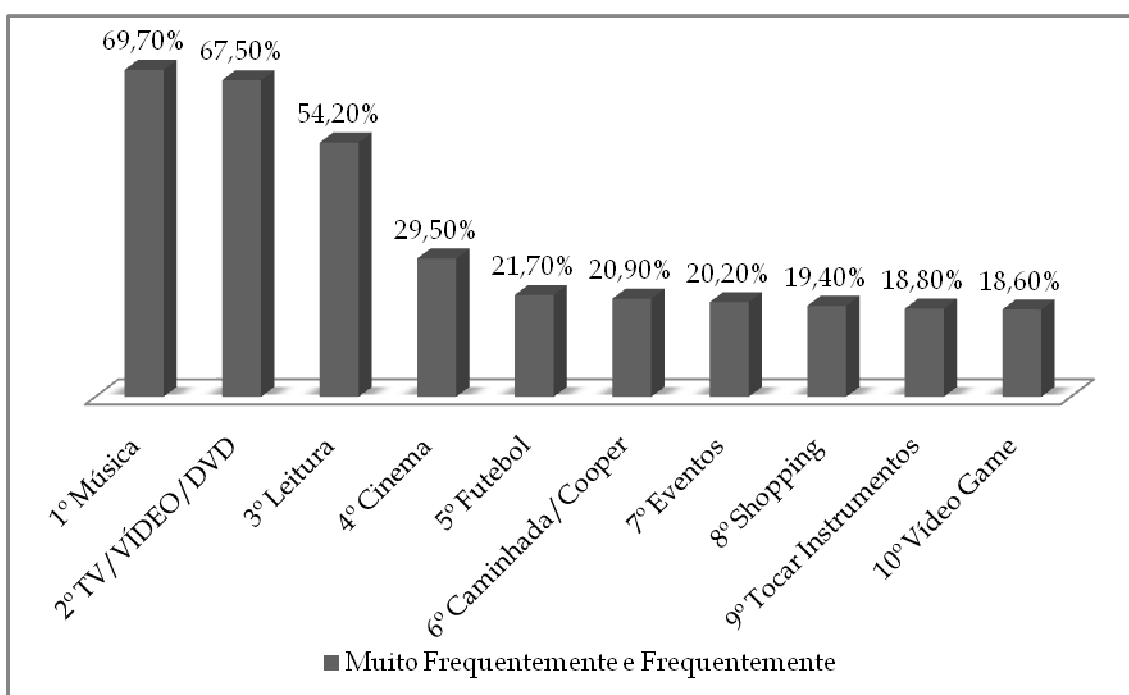


Figura 17. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES

No *ranking* geral das dez atividades mais realizadas pelos pesquisadores, aparecem três atividades diferentes das que compõem o *ranking* do grupo LACTEC. Jogar ou assistir ao futebol, tocar instrumentos e jogar vídeo game substituem a prática da ginástica, da dança e dos jogos de internet.

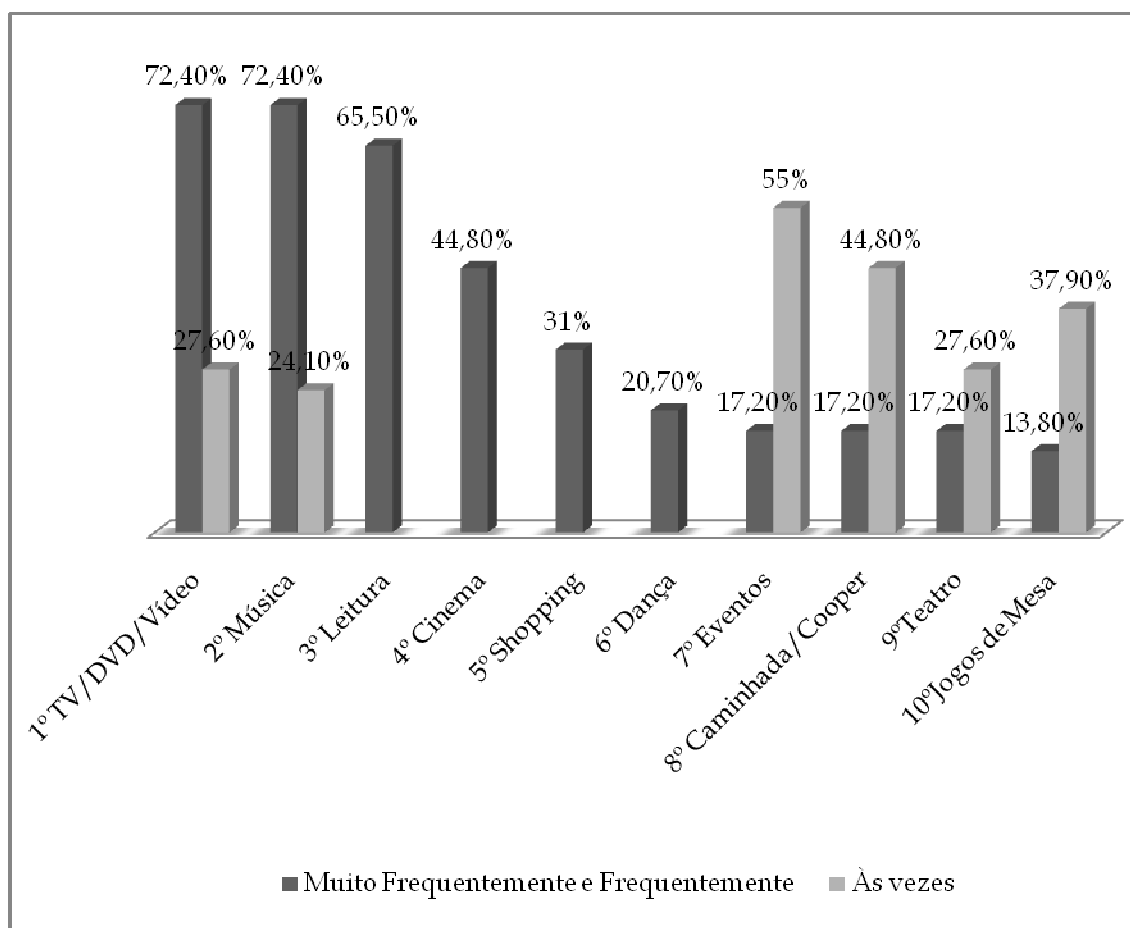


Figura 18. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES do gênero feminino

A figura acima representa o *ranking* feminino. Observamos que algumas atividades apareceram com a mesma frequência. Como critério de desempate, avaliamos a frequência com que essas atividades são realizadas às vezes pelas pesquisadoras.

Sendo assim, as quatro primeiras atividades mais realizadas pelas mulheres aparecem com a mesma classificação do *ranking* geral do grupo da pesquisa. No entanto, as pesquisadoras descartam o futebol e deixam a caminhada para depois do shopping, da dança e dos eventos sociais. Além disso, incluem na sua diversão as idas ao teatro e os jogos de mesa.

A figura 19 representa o *ranking* masculino. Novamente algumas atividades apareceram empatadas e foram desempatadas pela frequência de realização “às vezes”.

Notamos que as três primeiras atividades são as mesmas do *ranking* do grupo LACTEC e do grupo de pesquisadores. Contudo, os homens pesquisadores preferem o futebol ao cinema e os eventos sociais às caminhadas ou corridas. Antes de ir ao shopping, eles preferem tocar instrumentos e jogar vídeo game. O gráfico abaixo representa as prioridades masculinas:

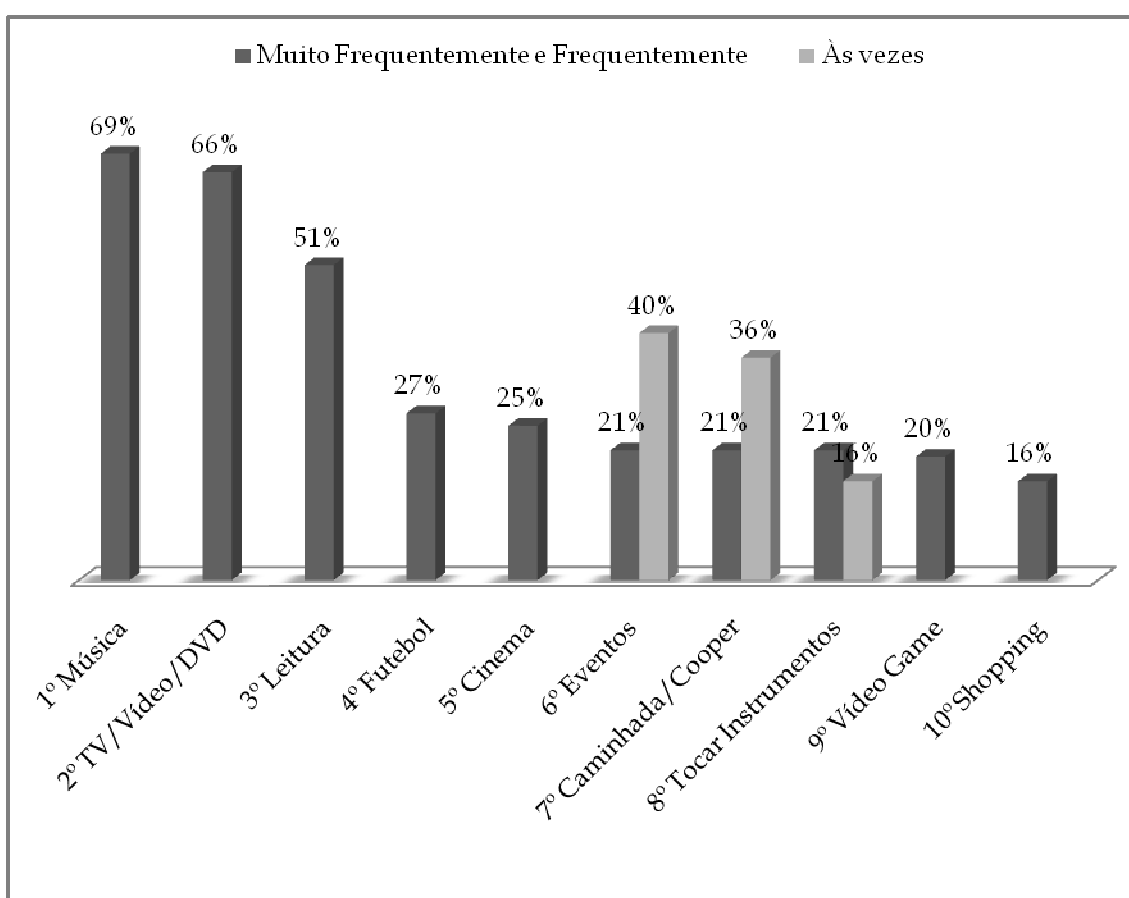


Figura 19. Distribuição Percentual das 10 atividades de lazer realizadas com maior frequência pelos PESQUISADORES do gênero masculino

Identificado o consumo das práticas de lazer e de bens culturais conforme a renda familiar, gênero, idade e grau de escolaridade dos pesquisadores, nosso próximo passo será refletir sobre as possíveis relações desse consumo com seu estilo de vida, sua atividade profissional, seu ambiente de trabalho e seu perfil.

4.3. CONSIDERAÇÕES ACERCA DO CONSUMO DO LAZER E DE BENS CULTURAIS POR QUEM PRODUZ CONHECIMENTO CIENTÍFICO JUNTO AO LACTEC: O ELO QUE FALTAVA

Dentre as ideias “consumidas”, algumas podem nos ajudar a levar a termo a tarefa a que nos propusemos.

Para conectar teoria e prática, retomaremos categorias/conceitos com os quais nos identificamos e que darão suporte à análise dos dados por nós coletados. A proposta é relacioná-los entre si e com o grupo pesquisado.

Desde que iniciamos esse trabalho, tínhamos em mente que era preciso tomar cuidado para não nos enveredarmos pelos caminhos da moralidade e da crítica social e acabar deslocando o nosso foco da análise sociológica. Isso não significa ignorar as contradições e desigualdades sociais. E também nada tem a ver com neutralidade ou conformismo.

Outra preocupação que nos acompanhou o tempo todo foi a de que a bem possível precariedade de nossa bagagem em termos de conhecimento e de experiência – considerando-se o momento em que nos encontramos no curso de nossa vida pessoal e profissional – comprometesse a pesquisa.

Tínhamos ainda o desejo de que esse estudo fizesse alguma diferença para a coletividade, buscando um caminho que nos conduzisse àquilo em que acreditamos de fato: não é impossível ao homem sentir-se realizado se, em algum tempo de sua vida, puder encontrar-se consigo mesmo e ser feliz.

Pensamos que o consumo de bens culturais e as práticas de lazer oferecem algumas possibilidades para isso, já que tanto o consumo como o lazer são fenômenos culturais presentes na sociedade contemporânea e são considerados importantes pela maioria das pessoas justamente porque foram instituídos em função de suas necessidades.

Tentamos explicitar teoricamente de que modo e em que medida o consumo do lazer e de outros bens culturais podem fazer com que nos sintamos mais realizados, mais felizes e buscamos encontrar nos dados coletados sinais ou evidências de que estamos avançando quanto ao conhecimento sobre o consumo, sobre o ato de consumir os bens que consumimos e sobre nós mesmos – que não deixamos, necessariamente de ser pessoas pelo fato de sermos, também, consumidores.

Estamos partindo do princípio que o lazer⁴⁰⁰ corresponde a uma necessidade existencial para sociedades complexas como nossa, pois o prazer, a diversão e o despertar de outras emoções que são aspectos cruciais da vida humana estão presentes nesse tipo de atividade.

Em nosso estudo vamos abordá-lo sob a perspectiva do consumo, mas desde logo declaramos a nossa vocação para ampliar o sentido desse último termo⁴⁰¹, ainda que, em alguns momentos, por questões didáticas, tenhamos de estreitá-lo.

Além disso, o lazer será tomado, aqui, como um campo específico, desvinculado e não subordinado ao trabalho. Assim também, o consumo será abordado como uma atividade humana desvinculada da produção e não subordinado a ela. Nosso intuito é superar análises baseadas nessas dicotomias, sem, contudo, negar a interdependência que existe entre elas.

A reprodução física e social de qualquer sociedade humana passa pelo consumo. Ninguém vive sem consumir. Somos todos consumidores em plena atividade, embora grande parcela da população não participe do processo produtivo. E não nos referimos, nesse caso, a uma “classe ociosa” como a descrita por Veblen, cujo consumo nos reporta ao supérfluo, ostentatório ou conspícuo ao mesmo tempo em que faz lembrar das outras classes que produzem para garantir a “existência digna” da primeira, além de prover a própria e “indigna subsistência”. Estamos falando de uma parcela improdutiva – do ponto de vista econômico – a qual inclui aqueles que ainda não estão prontos para produzir: crianças, adolescentes e jovens estudantes; daqueles que já produziram bastante: aposentados; daqueles que se encontram

⁴⁰⁰ O termo é tomado aqui no sentido que lhe é atribuído por Elias e Dunning. Ao estudar o lazer sob a ótica do controle das emoções e pela formação dos monopólios do Estado, os autores afirmam que ele pode evocar através de seus desígnios um tipo especial de tensão, um excitamento agradável e, assim, autorizar os sentimentos a fluírem mais livremente. Pode contribuir para perder, talvez para libertar, tensões provenientes do *stress*. O quadro do desporto, como o de muitas outras atividades do lazer, destina-se a movimentar, a estimular as emoções, a evocar tensões sobre a forma de uma excitação controlada e equilibrada, sem riscos e tensões habitualmente relacionadas com o excitamento de outras situações de vida, uma excitação mimética que pode ser apreciada e que pode ter um efeito libertador, catártico, mesmo se a ressonância emocional ligada ao desígnio imaginário contiver, como habitualmente acontece, elementos de ansiedade, medo – ou desespero. Cf. ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

⁴⁰¹ Sobre a dificuldade de se definir consumo nas ciências sociais, Cf. BARBOSA, L; CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

impossibilitados de fazê-lo: adultos doentes ou portadores de graves deficiências; daqueles a quem o trabalho é negado: os desempregados.

Trabalhar pode ser bom!

O trabalho como atividade não é, necessariamente, fonte de sofrimento. Ele também pode ser um campo propício para a criatividade, autoexpressão, identidade e autorrealização. Na sociedade contemporânea, um grande número de pessoas trabalha (exercendo diferentes profissões e funções) e, embora muitos não sintam nenhum prazer em fazê-lo, essa atividade é considerada socialmente mais que uma necessidade, uma obrigação – mesmo que nunca se tenha ouvido falar de alguém que tenha morrido de “não trabalho”.

Consumir é bom!

Todos gostamos de consumir e precisamos fazê-lo. E o destino de tudo o que existe a nossa volta tem sido o consumo. A possibilidade de consumo de tudo quanto se produz, entretanto, é negada a uma parcela infinitamente maior do que aquela que fica à margem do trabalho. E muita gente já pereceu por causa do “não consumo”.

As pessoas que “se matam”⁴⁰² de trabalhar são bem vistas e enaltecidas. Mas não se ouve falar bem das pessoas que “se matam” de consumir. No contexto da sociedade contemporânea, nos parece que o trabalho e as questões que o envolvem – talvez por sua tradição como objeto de estudo no meio acadêmico – já não oferecem tanta dificuldade de entendimento, mesmo tratando-se de um fenômeno tão complexo quanto o consumo. Já o consumo...

No mundo contemporâneo o consumo, quase sempre, é associado negativamente a um excessivo materialismo, à emulação, à competição por *status* e poder, à insaciabilidade dos indivíduos. A liberdade de escolha e o prazer das pessoas na fruição de bens e serviços são vistos como um incentivo à prevalência de valores individualistas que em nada contribuem para o bem estar coletivo. O consumismo, termo derivado do consumo, é apontado como o maior responsável pela degeneração da sociedade contemporânea.

⁴⁰² Cf. Apêndice C.

Concordamos que existem aspectos negativos no que diz respeito aos excessos em termos de consumo, em especial quando envolvem questões como, por exemplo, as ecológicas e de desigualdade socioeconômica. Entretanto, o fato de o consumo ocupar um lugar central em nossas vidas indica que não podemos pensar nossa existência sem ele. Isso nos instiga a refletir sobre as relações entre cultura, consumo e o entendimento que temos de pessoa, indivíduo e relações sociais.

Estamos consumindo quando saciamos nossa fome comendo uma lagosta gratinada, um bife ou uma sopa servida no albergue. Estamos consumindo quando compramos uma obra de arte, um carro, um computador ou um utensílio de cozinha na loja de R\$1,99, de onde levamos para casa, também, um bibelô. Estamos consumindo quando compramos um livro, um CD, um DVD. Estamos consumindo quando lemos um romance, um poema, um jornal ou uma revista especializada em determinada área de conhecimento. E quando ouvimos músicas, assistimos ao telejornal ou a um filme (na TV ou no aparelho de DVD, no *Blue Ray* ou, ainda, no *Playstation 3*). Quando apreciamos uma escultura durante uma exposição ou acessamos a diversas páginas da internet, também estamos consumindo. E, ainda, quando compramos um tênis, jogamos basquete, assistimos a uma partida de futebol no estádio ou pela televisão. E quando jogamos uma “pelada” no campinho da esquina, estamos consumindo...

Dentre as situações acima citadas, podemos notar que em algumas delas a relação entre o “consumidor” e o “objeto” não obedecem à lógica do mercado. Isso nos leva a questionar o fato de alguns pesquisadores, quando o tema é consumo, focalizarem em suas análises somente coisas adquiridas no mercado. Podemos questionar também o fato de que, para eles, coisas que uma vez se constituíram como mercadorias-signos, nunca mais estarão livres dessa condição, ficando amputadas para sempre de qualquer característica que lhes possibilite variação de significado não relacionado aos valores predominantemente vigentes na sociedade de consumo.

Talvez devamos lembrar aqui da sugestão feita por Featherstone quando discorre sobre “modos de consumo” para prestarmos atenção ao fato de que, objetos de compra podem ganhar prestígio pelo seu elevado valor de troca. Ou que, por simbolizarem algum tipo de relação especial no momento da

recepção, objetos de compra podem perder a condição de mercadoria, tornando-se “sem preço”. É que, excluída a possibilidade de troca para tais produtos, eles teriam aumentado seu valor e o *status* que podem representar.

Claro está que ele não tinha em mente o que estamos pensando. Ele referia-se à forma como os bens podem ser utilizados para transmitir mensagens, para enfatizar diferenças no estilo de vida, demarcando as relações sociais num contexto em que, teoricamente, é difícil a sobrevivência de qualquer valor mais elevado do que a emulação. Mas nós nos sentimos tentados a estender essa sua consideração para além do seu pensamento e transportá-la para o nosso, no qual a expressão “sem-preço” pode nos reportar a um tipo de interação consumidor-pessoa/coisa consumida que inclui desvios na ordem estabelecida quanto à padronização dos significados em consonância com os valores sociais estabelecidos.

Baudrillard afirma que a felicidade real não é uma possibilidade na Sociedade de Consumo; que só nos resta o consumo da sua representação. Talvez ele nunca tenha experimentado ou então não lembre mais de algum momento de lazer real, de pura fruição, ocupado que deve ter estado no mundo das ideias, como tantos outros intelectuais, com sua labuta de produzir conhecimento (moda?) para determinado público – sem voltar olhares para as práticas cotidianas dos simples mortais.

Fica evidente que o processo de consumo não pode ser reduzido à visão das mercadorias como meras utilidades dotadas de valor de uso e de troca, as quais poderiam ser associadas a algum sistema fixo de necessidades humanas. No mesmo processo podem estar embutidas a busca/manutenção de *status*; a (re)construção da identidade; a divisão/inclusão entre grupos e pessoas, como meio de distinção social; a resistência – consciente ou inconsciente – a imposições por meio da rejeição ou acolhida de determinados bens ou serviços.

Tudo isso, com o que concordamos, está sendo reconhecido pelas ciências sociais.

Barbosa e Campbell acrescentam que

para além desses aspectos, esses mesmos bens e serviços que utilizamos para nos reproduzir física e socialmente nos auxiliam na “descoberta” ou na “constituição” de nossa subjetividade e identidade. Mediante a oportunidade

que nos oferecem de expressarmos os nossos desejos e experimentarmos as suas mais diversas materialidades, nossas reações a elas são organizadas, classificadas e memorizadas e nosso autoconhecimento é ampliado.⁴⁰³

Campbell⁴⁰⁴ defende a tese de que o consumo supre uma função muito mais importante do que apenas satisfazer motivos ou intenções específicos que incitam os atos individuais das pessoas. Ele acredita na possibilidade de que o consumo tenha uma dimensão que o relacione com as mais profundas e definitivas questões que os seres humanos possam se fazer; questões relacionadas com a natureza da realidade e com o verdadeiro propósito da existência: questões do “ser e saber”.

Reconhecemos as dificuldades teóricas e metodológicas quando se trata de análises que envolvem tanto o consumo quanto o lazer não só em função de suas significações para diferentes grupos – de todas as idades, gêneros, classes sociais, ocupações, graus de instrução – em diferentes lugares e épocas. À dificuldade de captar e teorizar sobre as inúmeras formas como se manifestam tais fenômenos, somam-se as lutas que envolvem intelectuais – com suas visões teóricas e ideologias – além da atuação dos “novos intermediários culturais”⁴⁰⁵. Temos um emaranhado.

Como constatou Goudsblom⁴⁰⁶, no estudo das interdependências e das configurações sociais, as relações não se dão em normas comuns, sendo aconselhável considerar além das evidências, a possibilidade do não-explicito.

Precisamos, então, pensar as diferentes manifestações de tais fenômenos com a mesma lógica que orienta o modo de vida do atual momento histórico, numa configuração específica.

O Brasil, nos moldes de outras sociedades ocidentais, é uma sociedade de consumo⁴⁰⁷: somos uma sociedade capitalista e de mercado, na qual é

⁴⁰³ BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 22.

⁴⁰⁴ Ibidem, p. 47.

⁴⁰⁵ A expressão é tomada aqui no sentido que lhe confere Featherstone, referindo-se aos profissionais de marketing, publicitários, relações públicas, produtores e apresentadores de programas de rádio e televisão, jornalistas, comentaristas de moda e profissionais ligados às atividades de caráter assistencial. Ele chama atenção para o fato de Bourdieu tê-los designado como “novos intelectuais” que adotam uma atitude de aprendizes perante a vida: são pessoas fascinadas com a identidade, a apresentação, a aparência, o estilo de vida e a busca incessante de novas experiências. Cf. FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p.70-71.

⁴⁰⁶ GOUDSBLUM, J. **Conferência**. VI SIMPÓSIO INTERNACIONAL DO PROCESSO CIVILIZADOR: história, educação e cultura. Assis: Unesp, 2001.

perceptível a acumulação de cultura material sob a forma de mercadorias e serviços; a compra é a principal forma de aquisição de bens e serviços; há um consumo de massas e para as massas; existe uma alta taxa de consumo individual; a taxa de descarte das mercadorias é quase tão grande quanto a de aquisição; consome-se moda (novidade) e o consumidor é um agente social (e legalmente reconhecido nas transações econômicas).

Podemos afirmar que no Brasil existe uma cultura de consumo ou do consumidor pela presença de características como: ideologia individualista; valorização da noção de liberdade e escolha individual; insaciabilidade; consumo como a principal forma de reprodução e comunicação social; cidadania expressa na linguagem de consumidor; fim da distinção entre alta e baixa cultura; signo como mercadoria; estetização e comoditização da realidade.

É nesse contexto, da sociedade de consumo e do jogo⁴⁰⁸ e no âmbito da cultura de consumo⁴⁰⁹ contemporâneas, que o grupo pesquisado revela suas práticas e desejos quanto ao consumo do lazer e de outros bens culturais.

Conforme já mencionamos, o lazer é um traço importante da cultura contemporânea e, tal como outros bens culturais, vem sendo submetido ao mesmo processo de mercantilização a que são submetidos qualquer tipo de bens de consumo. Mais que uma mercadoria, nesse contexto, o lazer – incluindo-se nesse mesmo campo o esporte e as atividades físicas de modo

⁴⁰⁷ As teorias sobre a sociedade de consumo mapeiam e analisam alguma característica que lhe é atribuída como específica e que a define e cogitam sobre o porquê do consumo desempenhar um papel tão importante no interior da sociedade contemporânea ocidental. As características que mencionamos como associadas à sociedade de consumo e aquelas que dizem respeito, preponderantemente, à cultura de consumo ou do consumidor, foram identificadas e organizadas por Barbosa a partir dos conceitos de diferentes autores por ela e por nós analisados, conforme apontamos no primeiro capítulo desse trabalho. Cf. BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

⁴⁰⁸ Sobre a expressão “Sociedade do Jogo”, Cf. MARCHI JR., W. Jogo e Esporte: Manifestações Histórico-Culturais no Modelo de Análise Sociológica de Norbert Elias. *In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias*. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.

⁴⁰⁹ Usar a expressão “cultura de consumo” significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Isso envolve um foco duplo: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso de bens materiais como “comunicadores”, não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado – oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização – que operam “dentro” da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias. Cf. FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

geral – tem chamado a atenção como um campo de investimento econômico que só faz crescer e diversificar-se, pois tornou-se, ele mesmo, um setor de produção e consumo de bens e serviços, uma indústria de entretenimento. Essa é a razão pela qual ele pode ser pensado, dentre outras possibilidades, também, sob a perspectiva de um consumo associado à sua dimensão mercadológica.

Seria possível vivermos num mundo de consumo básico para todos, considerando-se o estágio de desenvolvimento científico e tecnológico atingido pelas sociedades contemporâneas?

O trabalho dos nossos pesquisados é justamente o de criar novos produtos ou melhorar os que já existem. Para tanto, não basta só criatividade. Conforme verificamos, esses trabalhadores são bastante instruídos no que diz respeito ao conhecimento específico necessário na área em que atuam. Desde a criação do Instituto, a proposta era a de estruturar um “núcleo pensante”, uma usina de ideias e soluções e não uma oficina de experimentos. Havia e ainda há uma preocupação em “consumir” os recursos naturais sem que a natureza fosse “consumida”.

A despeito dos protestos contra a sociedade de consumo, em 1980, conforme relatamos no capítulo três, lógicas simplificadas e de menor custo, eram implementadas no maior programa de eletrificação rural existente à época no Brasil. Isso possibilitou que milhões de paranaenses tivessem acesso à energia elétrica, integrando-os ao século XX, do qual estavam excluídos. A energia elétrica trouxe com ela mudanças nos hábitos sociais, culturais e, sobretudo, na relação da produção de objetos e seu consumo.

Essa passagem demonstra uma realidade que não condiz com a visão negativa do consumo para a coletividade, sempre abordado pelo ângulo da carência. Trinta anos se passaram e tanto os protestos quanto o consumo perseveraram – vigorosos e com mecanismos cada vez mais sofisticados. Com olhos e ouvidos voltados aos possíveis e diversificados desejos dos consumidores, os “novos intermediários culturais” promovem inovações que possam vir a satisfazê-los.

O fato desses pesquisadores serem admitidos para trabalharem no LACTEC, significa, teoricamente, que eles correspondem a um modelo exigido: precisam ser instruídos, inteligentes, responsáveis, comprometidos, ter

criatividade e conhecimento específico na área de trabalho, ter o desejo e a disponibilidade de investimento no seu autodesenvolvimento e desenvolvimento profissional. Além dessas características, notamos outro ponto fundamental: eles realmente gostam do trabalho que realizam. Para eles, trabalhar não é fonte de sofrimento e alienação.

O consumo das práticas de lazer e de bens culturais, no caso desse grupo em que os indivíduos trabalham na condição de empregados de uma organização, implica, em primeiro lugar, a existência de um tempo livre⁴¹⁰, o qual pode ser utilizado para o lazer e/ou outras atividades. O espectro do tempo livre criado por Elias e Dunning nos serviu como fundamento para a elaboração do instrumento aplicado. Para detectarmos o tempo livre, questionamos as horas que esse grupo dedica ao trabalho. Tínhamos imaginado que a atividade de pesquisa exigisse maior dedicação de tempo dos funcionários que dela se ocupam. Mas os dados não condizem com nossa crença. Comparados aos demais funcionários, gastam o mesmo número de horas semanais trabalhando e têm o mesmo tempo de férias anuais.

Quanto ao número de horas despendidas às atividades de tempo livre – obrigações familiares, atividades religiosas e atividades recreativas –, comparados aos demais trabalhadores, também não encontramos diferenças.

Além de tempo disponível, o consumo de lazer e de bens culturais depende de recursos materiais, dentre os quais podemos citar a renda familiar. Quando analisamos esse fator relacionando-o aos demais grupos, obtivemos a resposta de que há diferenças significativas no sentido de que dentre os que ganham os salários mais abastados, estão os pesquisadores. Observamos, também, uma variação de renda no interior do próprio grupo.

A renda familiar dos pesquisadores do LACTEC não influencia na escolha por determinadas práticas de lazer, mas é fator determinante no que diz respeito ao tempo despendido para a realização de tais práticas. Existe a crença de que quem tem maior renda, tem mais lazer. Os dados, no caso da amostra estudada, desmentem essa crença: os pesquisadores que ganham mais usam menos do seu tempo para diversão, sendo que, no mesmo grupo, pesquisadores que ganham menos, têm um maior número de horas para o

⁴¹⁰ Cf. Capítulo 2, p.138.

lazer. A afirmação de Veblen – para quem os hábitos de consumo variam de acordo com o padrão de vida de cada indivíduo ou classe, o qual, por sua vez, depende da renda – pode ser contestada. Era de se esperar, pois, como sabemos, desde a década de 70 aconteceram mudanças profundas em nossa sociedade. Estamos testemunhando um processo de “despadronização” da produção e do consumo. Na atual sociedade de consumo, realmente, os hábitos de consumo estão mais vinculados aos estilos de vida⁴¹¹. A esse respeito, além dos já mencionados comentários de Ortiz⁴¹², podemos citar as informações contidas em Featherstone⁴¹³. Certamente essas transformações por que estamos passando e outras que podem acontecer, afetam tanto o consumo quanto o lazer. Mais adiante voltaremos a falar sobre essa questão.

O número de horas despendidas para o lazer também diferencia-se de acordo com o grau de instrução dos pesquisadores ($p=0,0221$): doutores e mestres reservam menos horas de seu tempo livre para o lazer; os graduados ou graduandos do ensino fundamental/médio e ensino superior, têm mais horas para essa atividade. Esperávamos que os que têm um maior grau de instrução tivessem, além de uma renda familiar superior, maior disponibilidade de tempo para o lazer. Outra ideia fundamentada no senso comum e que, comprovada cientificamente, no caso do grupo pesquisado, pode ser invalidada.

A fim de detectar o consumo das práticas de lazer e de bens culturais, avaliamos a frequência com que os pesquisadores realizam as atividades de lazer propostas por Elias e Dunning: físicas/esportivas, sociais, artísticas, manuais e intelectuais. O bloco IV, o qual contém essas questões, foi um dos norteadores de nossa pesquisa.

Além desses cinco tipos de lazer serem avaliados conforme a função exercida na empresa, foram investigados, separadamente, de acordo com o grau de instrução, renda, gênero, estado civil e idade dos pesquisadores.

⁴¹¹ A expressão, no âmbito da cultura de consumo contemporânea conota individualidade, auto-expressão e uma consciência de si estilizada. O corpo, as roupas, o discurso, os entretenimentos de lazer, as preferências de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de férias, etc. de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo do proprietário/consumidor. Cf. FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p.119.

⁴¹² Cf. Capítulo 2, p. 106-107.

⁴¹³ FEATHERSTONE, M. Estilo de vida e Cultura de Consumo. *In*: **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

As atividades físicas/esportivas só apresentaram diferenças significativas quando comparadas conforme os gêneros. Pesquisadores realizam mais essas atividades em relação às pesquisadoras. De acordo com os dados, a prática de lazer física/esportiva é a segunda mais realizada pelo grupo estudado.

Parece que, nesse caso, é pertinente a afirmação de Veblen de que os costumes mais antigos são os mais arraigados e persistentes. Na cultura bárbara, às mulheres cabiam as tarefas rotineiras – condizentes com seu temperamento frágil, submisso e servil. As atividades que envolviam força e proeza ficavam restritas aos homens e lhes conferiam honra. A dominação dos homens sobre as mulheres é uma característica presente na história da humanidade. Embora a submissão feminina nada tenha a ver, de fato, com “temperamento”, o autor acertou quando percebeu que firmada uma tradição, o senso comum da comunidade passa a aceitá-la como regra de conduta. Veblen enxergava nos esportes a sobrevivência da proeza. Nada tinha, portanto, a ver com o feminino. As formas de dominação tornaram-se cada vez mais sutis, até desaparecerem. A mulher conquistou autonomia. Porém, como afirmou Veblen, os padrões e os pontos de vista dificilmente são totalmente eliminados. Persiste, sutilmente, na forma de preconceito, a visão de que a prática esportiva é mais para os homens, especialmente aquelas que envolvem contato físico, exigem força, criam músculos, “masculinizam”.

As práticas sociais de lazer dos funcionários não apresentaram diferenças quando comparadas de acordo com a função exercida no Instituto, nem quanto à idade, ao gênero e ao estado civil dos pesquisadores. Contudo, há uma diferença significativa no que diz respeito às práticas de lazer social dos pesquisadores em função do seu grau de instrução. Mestres e doutores realizam menos atividades sociais quando comparados àqueles que cursam ou cursaram os ensinos médio e superior. Aqueles que fazem especialização – pós-graduação ou mestrado – são os que menos realizam esse tipo de atividade de lazer. Acreditamos que essa última constatação pode ser explicada de maneira simplificada: em Curitiba, os cursos de especialização se dão nas sextas-feiras à noite e durante os finais de semana; logo, no período em que poderiam estar reunidos em confraternizações sociais, estão

estudando. O grupo de 70% de pesquisadores que nunca realizam atividades sociais é composto justamente pelos que estão se especializando.

A terceira atividade de lazer proposta foi a artística. Não encontramos diferenças significativas em nenhuma variável pesquisada com relação a essa prática. Só detectamos, nesse bloco, que ela está em quarto lugar dentre as mais realizadas pelo grupo dos pesquisadores. Isso não quer dizer que não seja procurada, como é o caso das atividades manuais de lazer. Talvez possamos associar essa preferência a características pessoais que, conforme já mencionamos, constituem-se em requisito para o exercício da atividade profissional. A criatividade e a autoexpressão, por exemplo. Por outro lado, a arte lembra erudição – “não é para qualquer um” – de modo que ter acesso a ela é uma das formas de distinção social.

As atividades manuais são as menos realizadas não só pelos pesquisadores, mas por todo o grupo estudado. O desinteresse do grupo por atividades manuais pode ser explicado pela “desvalorização” social de tudo o que lembra o antigo, o ultrapassado, o precário, o singelo em oposição ao novo, ao moderno, ao espetacular, ao tecnológico. Existe também uma supervalorização da atividade intelectual em oposição à manual em termos de trabalho. “Uns trabalham com a mente”; “outros trabalham com os braços”. No caso desse grupo, envolvido com tecnologia e atividade mental, a “tradição” de Veblen – para quem a discriminação entre as ocupações e por decorrência entre os sexos foram responsáveis pela conotação desagradável que adquiriu o trabalho – vem a calhar. A função feminina de moldar a matéria (trabalho assíduo, uniforme, rotineiro) nada tinha de espetacular.

Observamos que não há diferenças entre os pesquisadores e os demais grupos na realização das práticas de lazer agrupadas nos cinco blocos, exceto quanto se trata do lazer intelectual. Para os pesquisadores, esse tipo de lazer é o mais realizado dentre os cinco aqui propostos. De acordo com os dados, 62,8% praticam atividades intelectuais de lazer frequentemente, sendo que os casados e divorciados as realizam com maior frequência quando comparados aos solteiros e outros.

Os dados do bloco IV, até aqui analisados, conforme já mencionamos, apresentaram a seguinte classificação: atividades intelectuais de lazer são as mais realizadas (62,8%); em segundo lugar encontram-se as atividades

físicas/esportivas (41,1%) seguidas das sociais (36,5%); as atividades artísticas ficaram em quarto lugar (19,4%).

No bloco VI foram sugeridas, aleatoriamente, vinte e oito possíveis atividades de lazer, sem classificá-las de acordo com os tipos propostos por Elias e Dunning. Os pesquisadores informaram a frequência com que realizam essas práticas. Percebemos que as atividades aparecem numa classificação diferente daquela encontrada no bloco IV.

No bloco VI as atividades aparecem isoladas. No *ranking* das dez realizadas com maior frequência, a música, a televisão e os filmes apareceram em primeiro e segundo lugares. A leitura apareceu em terceiro e em quarto o cinema. Em quinto e sexto lugares o futebol e as caminhadas. Em sétimo lugar, os eventos.

Ao cruzarmos as respostas desses dois blocos percebemos que há controvérsias quanto às declarações dos pesquisados.

A atitude dos pesquisados vem reforçar o que é um fato: no Brasil, conforme já afirmamos quando comentamos a respeito do consumo de arte, a fruição cultural simboliza pertencimento a uma classe superior, assim classificada pelo seu (bom) gosto. Isso explica porque os pesquisadores querem ser intelectualizados e cultos. A prática de atividades intelectuais lhes confere *status*. Socialmente, a “alta” cultura é considerada superior em relação à cultura popular. O público que vai ao teatro ou ao cinema, é “lido” como mais intelectualizado que aquele que vê televisão. Mas os pesquisadores declararam ficar em casa aos finais de semana e a televisão, vídeo e DVD aparecem como práticas constantes pela maioria. Pudemos observar, também, que, os pesquisadores têm o hábito de baixar e ouvir músicas pela internet enquanto trabalham.

Se não fosse flagrada a referida contradição, não seria surpresa o fato de as atividades intelectuais – a leitura especialmente – aparecerem em primeiro lugar, considerando-se o nível de escolaridade e o acréscimo ao capital cultural resultante de viagens, do acesso a informações devido ao instrumento (computador) utilizado no trabalho. Mas, diante do que se nos apresenta, temos de trazer – além de Veblen – Bourdieu e Baudrillard para essa discussão.

Veblen foi o precursor das discussões acerca do consumo cultural como marcador das diferenças entre classes sociais. Para ele, o consumo conspícuo conferia prestígio a uma pessoa. Era por meio desse consumo que ela exibia sua riqueza e a possibilidade de não precisar se envolver com a atividade produtiva. O ócio (o lazer para Veblen, cujo sentido difere do atual) é que, como atividade, manifestava e reforçava as diferenças sociais. E não era associado, necessariamente, ao prazer, à diversão, ao relaxamento e ao livre arbítrio. O produto de sua atividade era imaterial e revelava-se nas suas maneiras, no seu estilo de vida que era a prova de “um padrão de vida decente”.

Bourdieu – em estudos mais recentes – aborda a questão do consumo cultural como fator de influência na demarcação de espaços e hierarquias sociais. Comentadas por Featherstone⁴¹⁴, as análises de Bourdieu demonstram que a quantidade acumulada de capital, seja ele econômico, cultural ou social, é o que determina as classes sociais, sendo que sua representação reside no espaço social. O padrão de consumo de cada indivíduo – identificado pelo *habitus* – revela a sua posição na hierarquia social. O espaço social é entendido como a representação das hierarquias e suas respectivas distâncias sociais. Nele os agentes são distribuídos de acordo com seus *habitus* nos quais está incluído o conjunto de práticas e atitudes correspondentes a uma dada posição social.

Segundo Bourdieu, os padrões de investimento através do curso da vida possibilitam relacionar a diferenciação do uso do tempo com as distinções de classe. As preferências de consumo e estilo de vida envolvem julgamentos discriminadores que identificam nosso próprio julgamento de gosto e, ao mesmo tempo, o tornam passível de ser classificado pelos outros. Tudo isso é associado à ocupação e frações de classes específicas. O autor acrescenta que a cultura é corporificada, ou seja, as origens e a trajetória de vida de uma pessoa podem ser reveladas por meio de sinais manifestos na forma do corpo (altura, peso, postura, andar, conduta, tom de voz, linguagem, conforto em relação ao próprio corpo). Assim, os “impostores” podem ser facilmente reconhecidos pelos “ricos em capital cultural”, posto que revelarão a

⁴¹⁴ Ibidem, p. 125-130.

incompletude de sua competência cultural através do seu indisfarçável desconforto.

Já falamos sobre o processo de “despadronização” da produção e do consumo. Um dos elementos envolvidos nesse processo é o achatamento das hierarquias relacionadas com divisões fixas.

Featherstone afirma que estamos rumando para uma sociedade sem grupos de *status* fixos, na qual a adoção de estilos de vida fixos por grupos específicos (manifestados nas roupas, atividades de lazer, bens de consumo, disposições corporais) está sendo ultrapassada. A publicidade da cultura de consumo sugere que cada um de nós tem oportunidade de aperfeiçoar e exprimir a si próprio, seja qual for a idade ou origem de classe social. Como os indivíduos sabem que, na sociedade de consumo, podem ser “lidos” pelo que usam ou fazem, em termos de bom/mau gosto, existe uma luta por parte de algumas classes, ou frações de classe, para legitimar os próprios gostos no sentido de desfrutarem os prazeres populares que desejam sem pruridos ou censura moral.

Vale pontuar que os dados revelam mais: se pudessem, 90,7% dos pesquisadores gostariam de realizar práticas físicas/esportivas frequentemente. Esse desejo foi manifestado pelos demais funcionários do LACTEC. Além disso, durante o estudo detectamos que alguns pesquisadores, ainda que em número reduzido (5,4%), gostariam de realizar as atividades intelectuais com menor frequência. A partir do momento que uma atividade deixa de ser prazerosa, voluntária, perde o caráter de lazer.

Seria o caso de perguntarmos até que ponto os pesquisadores realizam as atividades intelectuais como fruição e a partir de que momento elas passam a ser uma necessidade oriunda das obrigações profissionais.

Observamos que os pesquisadores do LACTEC estão em constante processo formativo. Como frequentemente viajam a trabalho, o Instituto oferece-lhes a possibilidade de realizar, também, um curso de língua estrangeira, gratuitamente, no próprio ambiente de trabalho. Os funcionários podem participar das aulas de inglês oferecidas pelo LACTEC antes ou depois do horário de trabalho. Os horários dessas aulas são das oito às nove horas ou das dezessete às dezoito horas. Notamos que a procura por esse curso é baixa e que, durante o semestre, há muita desistência. Levantamos as seguintes

possibilidades para explicar esse fato: uma é a de que eles já têm esse conhecimento; e a outra é a de que eles não querem abrir mão do seu tempo livre ou da flexibilidade de horários de entrada e saída que, tal como o banco de horas, é uma prática do Instituto.

Os cursos de línguas estrangeiras, conforme Elias e Dunning, podem estar inseridos tanto nas atividades intermediárias como nas atividades intelectuais de lazer. Pensamos que, como o público de trabalhadores do LACTEC é jovem, eles já tenham entrado no mercado de trabalho com esse conhecimento, pois hoje é fundamental o domínio de um segundo idioma para o ingresso no mercado de trabalho. Para esses, o curso oferecido não é necessário e não contém nenhum aspecto de diversão. Para aqueles que trabalham há mais tempo e que, possivelmente, já tenham avançado mais no seu curso de vida, o curso de inglês torna-se indispensável, tendo ou não um caráter prazeroso. Talvez por isso, quando avaliamos as práticas intelectuais de lazer do grupo de pesquisadores em relação ao seu estado civil, tenha dado uma diferença estatisticamente significativa: casados e divorciados realizam mais essas práticas quando comparados aos solteiros e outros.

Baudrillard afirma que em todas as aspirações, escondido estaria o objeto realmente desejado: a elevada posição social com suas decorrências, com que só alguns poucos “bem-nascidos” são agraciados. Aos demais resta o consumo, por meio do qual não se cansam de tentar, sem conseguir, atingir o mesmo estatuto. O estatuto tem legitimidade hereditária, sendo um privilégio das classes superiores que comprovam sua primazia pelo exercício da cultura e do poder. Não podemos deixar de reconhecer a lucidez desse autor quando faz uma analogia entre a ideologia do consumo e a da escola para demonstrar como atua o verdadeiro sistema de discriminação⁴¹⁵. Alto nível de escolaridade não significa, necessariamente, volume alto de capital cultural.

As demais atividades que apareceram no *ranking* foram as idas ao shopping, tocar instrumentos e jogar videogame. Se comparados conforme os gêneros, tocar instrumentos e jogar videogame são atividades do público masculino. As mulheres preferem dançar, ir ao teatro e os jogos de mesa.

⁴¹⁵ Cf. Capítulo 1, p.29.

“O shopping é a praia do curitibano”⁴¹⁶. Em Curitiba, o shopping é supermercado, farmácia, salão de beleza, *pet shop*, conveniências, consertos, restaurante, academia, *baby space*, teatro, patinação no gelo, mini golfe, tirolesa, cinema, agência bancária, *lan house*, fliperama... e até local de compras.

Imaginávamos que os jogos eletrônicos aparecessem entre os primeiros do *ranking*, já que a tecnologia é uma constante na vida nesse público. De qualquer forma, ainda é uma das preferências em termos de lazer para os pesquisadores. É diversão sem sair de casa e – da maneira como a indústria ligada aos jogos eletrônicos e videogames vem se desenvolvendo e envolvendo a todos – pode bem colocar em risco a tradição de ir ao shopping, mesmo no caso das mais tradicionais curitibanas.

Não podemos negar que, hoje, a maioria das atividades de lazer é mediada pelo mercado. Diante de tantas opções e possibilidades, é cômodo consumir o que está facilmente acessível aos nossos desejos.

⁴¹⁶ Expressão comum usada pelos próprios curitibanos. O clima na cidade de Curitiba faz dos shoppings boas opções de lazer nos dias de frio intenso ou de chuva. E de Sol também!

CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“O Auto-Retrato”
(Mário Quintana)*

*No retrato que me faço
- traço a traço –
às vezes me pinto nuvem,
às vezes me pinto árvore...*

*às vezes me pinto coisas
de que nem há mais lembrança...
ou coisas que não existem
mas que um dia existirão...*

*e, desta lida, em que busco
– pouco a pouco –
minha eterna semelhança,*

*Que no final, que restará?
Um desenho de criança...
Corrigido por um louco!*

O consumo das práticas do lazer e de bens culturais dos pesquisadores do LACTEC está intimamente ligado à indústria cultural. Televisão, DVD, vídeos, músicas baixadas pela internet, leitura, cinema, idas ao shopping, tudo isso faz parte do seu dia-a-dia em termos do uso do tempo livre. Dentre as possibilidades de lazer, o grupo deixou claro sua preferência por atividades intelectualizadas. Fica evidente que o consumo por parte do grupo está associado também e, principalmente às possibilidades de acesso.

Não podemos deixar de chamar atenção para o fato de que, no caso desse grupo, pelo fato de usarem computadores para realização de seu trabalho (de caráter mental), acabam por trazer o espaço e o tempo de lazer para o espaço e o tempo que seria de trabalho. Uma situação que ilustra essa afirmação é a que presenciamos várias vezes: os pesquisadores baixam e ouvem música enquanto trabalham. Ainda assim é inegável que, considerando-se a rotina desses trabalhadores, o espaço e o tempo de lazer são reduzidos, como é o caso da maioria dos trabalhadores brasileiros pertencentes a outros segmentos sociais economicamente ativos.

Concluído o estudo, ainda ficamos a nos perguntar se aquilo que os pesquisadores gostariam de fazer – os seus desejos – e a razão por que não o fazem não poderiam revelar mais sobre eles, sobre quem são, do que as coisas que dizem fazer ou que realmente fazem.

De qualquer modo, como pudemos conferir no capítulo quatro, foi possível estabelecer algumas associações entre a atividade profissional, ambiente de trabalho, estilo de vida e o consumo das práticas de lazer e de bens culturais dos pesquisadores.

Detectamos o desejo desses funcionários, por exemplo, de poder praticar mais atividades físicas/esportivas. O que faz com que as pessoas procurem cada vez mais esse tipo de atividade já discutimos no segundo capítulo com Elias e Dunning. E para sabermos as razões pelas quais nossos entrevistados não o fazem o quanto gostariam, seria preciso, além de conjecturar sobre elas, perguntar a eles. Não há dúvida quanto ao fato de que – a despeito de quaisquer outras questões envolvidas no consumo do esporte e de atividades físicas em geral – o prazer que as pessoas demonstram e dizem sentir é bem real para elas. E ninguém pode saber mais do que a própria pessoa sobre o que ela está sentindo. Mas quaisquer que sejam as emoções, não fazem parte da sua subjetividade sem que antes tenham se constituído social e culturalmente.

Falamos em nosso trabalho de múltiplas possibilidades de consumo e das múltiplas manifestações do esporte. Apesar de todos os estudiosos reconhecerem isso como uma verdade indiscutível, o foco das discussões que envolvem o tema volta-se quase sempre para a espetacularização, a Indústria Cultural, o esporte de alto-rendimento e as influências dos mesmos sobre o amadorismo, deixando as práticas anônimas – de simples fruição – de lado.

Sempre há o que falar a respeito de manipulação das massas, do controle ideológico por meio dos esportes. Não se trata mesmo de inverdades, de forma que tais reflexões são pertinentes e necessárias. Todavia é preciso abrir espaço nas discussões para manifestações do esporte “que não dão ibope”, mas que podem trazer saúde e felicidade para os homens do consumo e do jogo. Afinal, o esporte, além do que é, pode ser o que fazemos dele. Nesse sentido, temos muito a aprender. Para começar, podemos aprender com os ciclistas, corredores e caminhantes que mencionamos no segundo capítulo;

e também com os trabalhadores da manutenção e suas confraternizações e com as mulheres da administração que se reúnem para conversar enquanto caminham (ou seria para caminhar enquanto conversam?).

Esses “consumidores” demonstram que as reações perceptíveis em nosso físico e nossos sentimentos decorrentes das nossas experiências com determinadas práticas físicas/esportivas e as emoções que evocam, bem como a possibilidade que temos de avaliar se tais reações são satisfatórias, nos levam a querer repetir tais experiências ou não. Disso tiramos, ao menos, duas lições: a primeira é a de que as pessoas não consomem bens e serviços – sempre, apenas ou necessariamente – pelas suas propriedades simbólicas de expressar obtenção e manutenção de um *status*. A segunda tem a ver com questões de identidade. Para Colin Campbell, os indivíduos não trocam uma identidade por outras em função da moda ou por buscarem um *status* mais elevado. As mudanças no padrão de gostos ou preferências não implicam mudança no reconhecimento ou concepção da identidade, tratando-se apenas da definição do nosso *self* pelo desejo, ou do traçado do nosso perfil, conforme nossas preferências. Nesse caso, não é a natureza e o conteúdo da identidade individual que está em foco, mas a necessidade humana mais profunda de reafirmar a realidade do *self*.

Experiências que propiciam a oportunidade de uma forte reação emocional podem servir para que nos sintamos vivos, para termos a certeza de que realmente existimos. Vivemos numa cultura em que a realidade pode ser comparada à intensidade da experiência. Assim, ao permitir a expressão dos nossos gostos, a profusão de bens e serviços a que estamos expostos, serve para nos convencer de que nosso “*self*” é autêntico ou “real”. Para estabelecer a verdadeira ou real natureza do *self*, são necessárias sempre novas experiências que produzam fortes reações em nós. Nesse contexto, a moda é um elemento tentador que leva as pessoas a fazerem mudanças em suas “identidades”. Como as mudanças tiveram por base o desejo e foram intensamente vivenciadas, todas as identidades são reais, autênticas. Se a pessoa pode ter múltiplas identidades, para cada uma haverá um tipo de consumo, de identificação. Mas essa leitura só é possível se admitirmos que os indivíduos são seres em transformação constante e que a sua verdadeira identidade é algo em desenvolvimento.

O ato de consumir está relacionado aos nossos desejos e emoções, e existe uma constante busca por produtos que melhor os satisfaçam. Como ocupa lugar central na vida cotidiana ocupa também nosso imaginário.

Como fica a construção de identidades no campo do esporte e do lazer?

No Brasil, conforme expõe Proni⁴¹⁷, as políticas públicas no campo do esporte e do lazer geralmente reforçam identidades consolidadas, mas podem abrir espaço para o surgimento ou difusão de novas identidades. Elas podem estimular um estilo de vida esportivo que promove valores como hábitos saudáveis e o cuidado com corpo. Podem incentivar a formação de grupos de interesse ou círculos de relacionamento em torno de princípios alternativos de conduta. Mas podem contribuir, também, para a persistência de valores estabelecidos.

Estamos pensando na participação ativa das pessoas em práticas lúdicas, não como espectadores, mas como atores que a cada prazerosa experiência têm a oportunidade de avançar no processo de autoconhecimento. Mas isso passa, antes por resolver a questão do acesso. Muitos dos “consumidores” da sociedade de consumo e do jogo estão na reserva em termos de lazer e de bens culturais.

A Educação Física tem um papel fundamental na democratização das práticas de lazer. Não basta produzir conhecimento. Ela tem que apresentar resultados tanto na área da pesquisa (contribuindo com dados para a criação de políticas públicas mais coerentes com as necessidades sociais) como na formação de profissionais da área. Esses profissionais precisam “sair” das universidades realmente instruídos. Eles precisam estar capacitados para entender a realidade, ainda que não possam controlá-la efetivamente; devem estar capacitados para apreciar outras culturas e tradições; têm de estar habituados a ir e voltar para trás dos livros constantemente, e realizar; têm de estar preparadas para viver e atuar num mundo que é simultaneamente global e tribalizado, porque surgem no interior de cada um desses mundos e de outros que os intercalam desigualdades que agrupam e/ou excluem pessoas.

⁴¹⁷ PRONI, M. W. Esporte e Identidade na sociedade brasileira contemporânea. *In: Representações Sociais e Imaginário no Mundo Esportivo*. (Orgs.) PIRES, A. G.; CALCIOLARI Jr., A. HONORATO, T. Londrina: Lazer e Sport, 2008.

Ao realizarmos uma pesquisa no âmbito das ciências sociais, a principal dificuldade que encontramos foi a de mensurar nosso objeto de estudo. Isso porque não existem para comparação escalas com padrões de medida universalmente definidos e aceitos nessa área.

O instrumento do nosso estudo é novo e está sendo utilizado em pesquisas científicas recentes. Ele foi construído a fim de esclarecer problemas acerca dos hábitos de lazer. Entretanto, conforme já mencionamos, a variedade de “produtos” de lazer oferecida hoje é infinitamente maior em relação àquela por nós sugerida. Isso somado ao fato de que as possibilidades de reações e percepções das pessoas ao “consumirem” o lazer e outros bens culturais podem ser as mais variadas, de modo que, nesse processo, precisamos levar em conta mais do que o gosto e a distinção social, nos revelou a incompletude desse instrumento.

Quando pretendemos estudar o consumo das práticas de lazer e de bens culturais devemos considerar, por exemplo, que “consumir” futebol pode ter diversos significados. Assistir a uma partida de futebol pela televisão como forma de entretenimento, ir ao estádio – sozinho ou com amigos – para torcer por um time e sentir-se integrante de um grupo, jogar uma partida e sentir-se numa batalha fervorosa na qual somente o mais forte se consagrará, enfim, tudo isso é consumir futebol.

Para que possamos estudar o lazer – incluindo nesse campo as práticas esportivas – sob a perspectiva do consumo, é preciso que o instrumento de pesquisa contenha questões objetivas e especificadas, possibilitando uma interpretação única.

Nosso questionário está em fase de aprimoramento. Assim, esse estudo será fonte para a criação de instrumentos de pesquisa cada vez mais adequados ao tipo de estudo.

Cabe mencionar, também, que o período em que ficamos inseridos no LACTEC e fizemos nossas observações foi fundamental para captarmos elementos que o questionário não detectou. Esses elementos nos ajudaram a ler e interpretar os dados quantitativos.

Para um estudo futuro sugerimos, além das observações, a reelaboração do questionário aqui utilizado bem como a realização de entrevistas complementares.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
- AGRÍCOLA, N. P. A. Esporte, Lazer e mercado: elementos para se pensar a sociedade de consumo. *In: Esporte e Sociedade*, ano 5, n. 13, nov.2009/fev. 2010.
- ALMEIDA, M. A. B.; GUTIERREZ, G. L. Norbert Elias visita o *bung jump*: comentário sobre o processo civilizador e o controle das emoções nos esportes radicais. *In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias*. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. **CCEB – Critério de Classificação Econômica Brasil**. Disponível em:<<http://www.abep.org.br>>. Acesso em: 10 de novembro de 2009.
- BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- BARROS, M. V. G.; REIS, R. S. **Análise de dados em atividade física e saúde**: demonstrando a utilização do SPSS. Londrina: Midiograf, 2003.
- BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70 LTDA. 2008, p. 265.
- BAUMAN, Z. **Consuming Life**. *In: Journal of consumer Culture*. Londres: sage publications, 2001, vol. 1, n.1.
- BOSCHILIA, R.; ARCHANJO, L. R. **LAC: Quinze anos vencendo desafios em tecnologia, Curitiba: Capital tecnológica**. 1997.
- BRANDÃO, C.F. **A teoria dos processos de civilização de Norbert Elias**: o controle das emoções no contexto da psicogênese e da sociogênese. Marília: UNESP, 2000 (Tese de Doutorado).
- BRANDÃO, C. F. O Controle das Emoções, o Medo e a Violência. *In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias*. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- CANTORANI, J. R. H.; PILATTI, L. A. **Teias de Interdependência entre a vida em sociedade, a rotina e o prazer: o estudo do lazer sob a perspectiva da teoria elisiana**. Revista Digital – Buenos Aires, año 11, Nº. 102, novembro de 2006.
- CARMO, G. C. M. **Do ócio de Veblen ao controle das emoções de Elias: possíveis enfoques para uma interpretação do lazer**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. SP, Campinas: 2002.

CASCAES, T. R. F. **O Instituto de Tecnologia para o desenvolvimento – LACTEC – na gênese do processo tecnológico Paranaense: uma contribuição ao estudo da história da técnica e da técnica e da tecnologia.** (Dissertação de Mestrado), Curitiba, UTFPR, 2005.

CAVICHIOILLI, F. R. Abordagens Científicas no Campo do Lazer. *In* **História, Educação e Cultura**. Coletânea VI Simpósio Internacional Processo Civilizador. UNESP. Assis, 2001.

CAVICHIOILLI, F. R. **Abordagens de lazer no Brasil: um olhar processual.** UNIMEP: Piracicaba, 2004 (Tese de Doutorado).

COSTA, B. C. G. **Indústria cultural: análise crítica e suas possibilidades de revelar ou ocultar a realidade.** *In*: PUCCL, B. (org.) Teoria crítica e educação: a questão da formação cultural na Escola de Frankfurt. Petrópolis, RJ: Vozes, São Carlos, SP: EDUFISCAR, 1994.

DI GIOVANNI, G. Mercantilização das Práticas Corporais: o esporte na sociedade de consumo de massa. *In*: **Revista Gestão Industrial**, v. 01, n. 01, p. 149-157, 2005.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **The World of Goods**. Harmondsworth: Penguin, 1980.

DRUCKER, P. **Sociedade Pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1999.

DUNNING, E. **Sport Matters**: sociological studies of sport, violence and civilization. London/ New York: Routledge, 1999.

ELIAS, N. **A Condição Humana**. Trad. Manuel Loureiro. Rio de Janeiro/Lisboa: Bertrand/Difel, 1985.

ELIAS, N. **Compromiso y distanciamiento**. Barcelona: Ediciones Península, 1993.

ELIAS, N. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994. 1v.

ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993. 2v

ELIAS, N. **Sobre os seres humanos e suas emoções: um ensaio sob a perspectiva da sociologia dos processos**. Londres, 1991. Trad. M.B. Bissoto e F.C. Fontanella. (mimeo).

ELIAS, N. **Teoria Simbólica**. Trad. Paulo Valverde. Oeiras: Celta, 1994b.

ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FORJAZ, M. C. E. **Lazer e Consumo Cultural das Elites**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 1988.

GARRIGOU, A. O Grande Jogo da Sociedade. *In*: **Norbert Elias: a Política e a História**. (Orgns.) Alain Garrigou e Bernard Lacroix. Editora Perspectiva, São Paulo: 2001.

GEBARA, A.; WIDMER, C. P. **Um pioneiro da teoria do lazer: Thorstein Bunde Veblen (1857 – 1929)**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995.

GEBARA, A. **Veblen, Adorno e as Bicicletas**. *In*: VIII Congresso Brasileiro de História da Educação Física, Lazer e Dança. Coletânea. Ponta Grossa: Departamento de Educação Física, Departamento de História e Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas, nov. 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GHIRALDELLI JR. P. **Esporte e Corpo, Modernidade e Barbárie**. UNESP: 1994.

GOUDSBLOM, J. **Conferência**. VI SIMPÓSIO INTERNACIONAL DO PROCESSO CIVILIZADOR: história, educação e cultura. Assis: Unesp, 2001.

GUTIÉRREZ, R. **Projeto Marca D'Água**. Relatórios Preliminares: A Bacia do Rio Gravataí, Rio Grande do Sul – Dezembro/2001.

<http://www.ced.ufpr.br> acessado em 22 de setembro de 2009.

<http://www.lactec.org.br> acessado em 15 de setembro de 2009.

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9790.htm acessado em 23 de setembro de 2009.

HUNGER, D. **Educação Física, Esporte e Lazer à luz da sociologia do conhecimento de Mannheim**. *In*: CONEXÕES, Revista da faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 1, n. 2, 1999.

JOHNSON, A. G. **Dicionários de Sociologia: guia prático da Linguagem sociológica**. Jorge Zahar Editor. 1997.

LEFEBVRE, H. **Everyday Life in the Modern World**. Londres: Allen Lane, 1971.

LUKÁCS, G. **History and Class Consciousness**. Tradução de R. Livingstone. Londres: Merlin Press, 1971.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MANCIBO, D. et al. Consumo e Subjetividade: trajetórias Teóricas. *In Estudos de Psicologia*, 2002.

MANHEIM, E. *In*. MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008.

MANNHEIM, K. **Ideologia e Utopia: introdução à sociologia do conhecimento**. Porto Alegre: Globo, 1950.

MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. Trad. Roberto Gambini. São Paulo: Perspectiva, 2008.

MARCHI JR., W. A Educação Física e o Campo Científico: repensando as possibilidades de pesquisa sobre o esporte e o lazer. *In: Esporte e Lazer: subsídios para o desenvolvimento e a gestão de políticas públicas/ Org.*

Fernando Marinho Mezzadri; Fernando Renato Cavichioli, Doralice Lange de Souza. Jundiaí: Fontoura, 2006.

MARCHI JR., W. Jogo e Esporte: Manifestações Histórico-Culturais no Modelo de Análise Sociológica de Norbert Elias. *In: Introdução à Sociologia da cultura: Max Weber e Norbert Elias*. Org. Alonso Bezerra de Carvalho, Carlos da Fonseca Brandão. São Paulo: Avercamp, 2005.

MARCUSE, H. **One Dimensional Man**. Londres: Routledge, Kegan Paul, 1964.

MARX, K. **O Capital**. Vols.1-3. Moscou: Progress Publishers, 1954.

MILLER, D. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2000.

MONASTÉRIO, L. M. **Veblen e o Comportamento Humano: uma avaliação após um século de “A Teoria da Classe Ociosa”**. UNISINOS. Ano 3, nº42, 2005.

SALES DE OLIVEIRA, P. S. Caminhos de construção da pesquisa em ciências humanas. *In: Metodologia das Ciências Humanas*. (Org.) Paulo Salles de Sales de Oliveira. São Paulo: Hucitec/ UNESP, 1998.

SALES DE OLIVEIRA, P. S. **Veblen e a Sociologia do Lazer**. III Encontro Nacional da História do Esporte, Lazer e Educação Física. Coletânea. DEF/EFPR, DEF/UEPG, FEF/Unicamp, nov. 1995.

SALES DE OLIVEIRA, I. M. **A constituição social e histórica das emoções: contribuições de Elias e Vigotski**. IX Simpósio Internacional Processo Civilizador. Ponta Grossa: 2006.

SALES DE OLIVEIRA, P. S. Veblen, o ócio como emblema social. *In: Lazer e Ciências Sociais, Diálogos pertinentes*. Organização: Heloísa Bruhns. São Paulo; Coleção Lazer, Esporte e Sociedade; Chronos: 2002.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

PRETECEILLE, E; TERRAIL, J. P. **Capitalism, Consumption and Needs**. Oxford. Brasil Blackwell, 1985.

PRONI. M. W. A Teoria de Elias e Dunning. *In: História, Educação e Cultura*. Coletânea VI Simpósio Internacional Processo Civilizador. UNESP. Assis, 2001.

PRONI. M. W. Esporte e Identidade na sociedade brasileira contemporânea. *In: Representações Sociais e Imaginário no Mundo Esportivo*. (Orgs.) PIRES, A. G.; CALCIOLARI Jr., A. HONORATO, T. Londrina: Lazer e Sport, 2008.

REIS, L. J. A.; CAVICHIOILLI, F. R. **Jogos eletrônicos e a busca da excitação**. *In: Movimento*, Porto Alegre, v. 14, n. 3, p. 163-183, 2008.

SINGER, P. **Globalização e Desemprego**. Diagnóstico e alternativas. Contexto, São Paulo, 1998.

SLATER, D. **Cultura de Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2001.

TASCHNER, G. B. Lazer, Cultura e Consumo. *In: Revista de Administração de Empresas: Administração Mercadológica*. São Paulo: RAE, 2000, v. 40, n. 4, p. 38-47.

VEBLEN, T. B. A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições. Trad. Olívia Krähenbühl. *In: Os pensadores*. São Paulo: 1974.

**APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E
ESCLARECIDO**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

Curitiba, ____ de _____ de 2009

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você, funcionário colaborador do LACTEC, está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada "O CONSUMO DAS PRÁTICAS DE BENS CULTURAIS POR QUEM PRODUZ CONHECIMENTO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO JUNTO AO LACTEC".

Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento você pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com a pesquisadora ou com a Universidade Federal do Paraná.

Os objetivos deste estudo são: 1) investigar o perfil da instituição (atividades desenvolvidas voltadas ao lazer, seus objetivos, suas características) e a organização da estrutura administrativa para a Gestão de Recursos Humanos; 2) investigar a rotina e identificar os *habitus* de lazer dos indivíduos que atuam profissionalmente produzindo conhecimento junto ao LACTEC, verificando se há predominância de determinadas práticas de lazer no grupo; 3) levantar as características presentes nas atividades de lazer predominantes e como se dá a busca de emoção pelos indivíduos nessas práticas e 4), refletir sobre as possíveis relações dessas práticas com seu estilo de vida, sua atividade profissional, seu ambiente de trabalho e seu perfil.

Sua participação nessa pesquisa consistirá em organizar os funcionários para que **todos** respondam a um questionário referente a hábitos de lazer, de fácil interpretação, utilizado como instrumento de pesquisa. Nenhum questionário será identificado com o nome do funcionário.

Uma vez que esta pesquisa empírica tem características inéditas, há uma boa perspectiva de divulgação dos resultados e interesse na literatura científica. Além disso, identificar as práticas de lazer e o consumo de bens culturais

contribuirá com dados concretos para a gestão de recursos humanos na referida organização.

Sobre os riscos relacionados com a sua participação, os sujeitos poderão sentir-se intimidados para responder algumas questões, temendo prejudicar algum agente da instituição ou ser punido pelas suas respostas. Eles podem também se sentir constrangidos ao abordar determinados assuntos que lhes causem angustia ou outros sentimentos.

Pela sua participação no estudo, você não receberá qualquer valor em dinheiro.

Para qualquer informação, você receberá uma cópia desse termo onde constam o nome e o telefone do responsável pela pesquisa.

Eu, _____ li o texto acima e compreendi a natureza e objetivo do estudo do qual fui convidado a participar. A explicação que recebi menciona os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação no estudo a qualquer momento sem justificar minha decisão. Eu concordo voluntariamente em participar deste estudo.

**Funcionário do LACTEC
Sujeito da Pesquisa**

**Aline Barato Cheluchinhak
Responsável pela Pesquisa**

**Responsável pela Pesquisa: Professora Aline Barato Cheluchinhak
Departamento de Educação Física / UFPR
Atendimento de segunda à sexta-feira, das 13h às 17h
Telefones para contato: (41)9167-8383
Endereço eletrônico: ali_barato@yahoo.com.br**

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO SOBRE OS HÁBITOS DE LAZER
DOS TRABALHADORES DO PARANÁ**

HÁBITOS DE LAZER DOS TRABALHADORES DO PARANÁ

Com o intuito de identificar quais são os hábitos esportivos dos trabalhadores das indústrias paranaenses, o Serviço Social das Indústrias e a Universidade Federal do Paraná formam uma parceria. Resultado dessa pesquisa será a possibilidade de entendermos como o trabalhador aproveita seus momentos de lazer e como o SESI pode melhorar a acessibilidade do trabalhador às atividades recreativas, esportivas e de lazer para uma melhor qualidade de vida de seus associados.

IDADE (anos):

SEXO:

① Masculino

② Feminino

RENDA FAMILIAR:

① Até R\$ 207,00

② De R\$ 207,00 a 424,00

③ De R\$ 424,00 a 927,00

④ De R\$ 927,00 a 1.669,00

⑤ De R\$ 1.669,00 a 2.804,00

⑥ De R\$ 2.804,00 a 4.648,00

⑦ De R\$ 4.648,00 a 7.793,00

⑧ Acima de R\$ 7.793,00

BLOCO I

1. A qual laboratório do LACTEC você pertence?

① LAC

② CEHPAR

③ LEME

④ LAME

⑤ LACTEC

2. Há quanto tempo você trabalha na empresa?

① 0 a 5 anos

② 6 a 10 anos

③ 11 a 15 anos

④ 16 a 20 anos

⑤ Mais de 20 anos

3. Qual(is) o(s) período(s) que você trabalha?

① Manhã

② Tarde

③ Manhã e tarde

④ Tarde e Noite

⑤ Noite

4. Quantas horas por semana você trabalha na empresa?

① Até 35 horas

② De 35 a 39 horas

③ De 40 a 44 horas

④ De 45 a 49 horas

⑤ De 50 a 59 horas

5. Quantas horas por semana você trabalha em casa?

① Até 10 horas

② De 11 a 15 horas

③ De 16 a 20 horas

④ De 21 a 25 horas

⑤ De 26 a 30 horas

6. Quantas horas por semana você trabalha em outras atividades que venha a exercer?

① Até 10 horas

② De 11 a 15 horas

③ De 16 a 20 horas

④ De 21 a 25 horas

⑤ De 26 a 30 horas

7. Você trabalha nos finais de semana?

① Até 10 horas

② De 11 a 15 horas

③ De 16 a 20 horas

④ De 21 a 25 horas

⑤ De 26 a 30 horas

8. Quantos dias de férias você normalmente tem?

① Não tiro férias

② Menos de 20 dias

③ De 21 a 25 dias

④ De 26 a 30 dias

⑤ Mais de 30 dias

9. Como você normalmente passa o maior período de suas férias?

① Turismo

② Visitando parentes

③ Trabalhando

④ Estudando

⑤ Em casa

BLOCO II

Assinale quantas horas você gasta DIARIAMENTE com as seguintes atividades.

10. Obrigações familiares:

① Até 1 hora

② De 1 a 3 horas

③ De 4 a 5 horas

④ De 6 a 8 horas

⑤ Mais de 8 horas

11. Atividades religiosas:

① Até 1 hora

② De 1 a 3 horas

③ De 4 a 5 horas

④ De 6 a 8 horas

⑤ Mais de 8 horas

12. Atividades recreativas:

① Até 1 hora

② De 1 a 3 horas

③ De 4 a 5 horas

④ De 6 a 8 horas

⑤ Mais de 8 horas

BLOCO III

Com qual frequência você pratica as seguintes atividades AOS FINAIS DE SEMANA?

13. Turismo:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

14. Práticas Esportivas:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

15. Visitar parentes:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

16. Atividades ao ar livre:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

17. Ficar em casa:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

BLOCO IV

Assinale a frequência com que você REALIZA as seguintes atividades.

18. Físicas ou esportivas. Ex.: futebol, vôlei, caminhadas, corridas, trilhas, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

19. Sociais. Ex.: grupos de escotismo, comunidades religiosas, casas noturnas, festas, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

20. Artísticas. Ex.: teatro, dança, música, fotografia, show, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

21. Manuais. Ex.: pintura, artesanato, costura, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

22. Intelectuais. Ex.: leituras, cursos profissionalizantes, cursos de línguas, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

BLOCO V

Assinale com que frequência você GOSTARIA DE REALIZAR as seguintes atividades.

23. Físicas ou esportivas.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

24. Sociais.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

25. Artísticas.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

26. Manuais.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

27. Intelectuais.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

BLOCO VI

Assinale a frequência com que você realiza as atividades a seguir.

28. Artes marciais. Ex.: Karatê, judô, jiu jitsu, kung fu, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

29. Yoga

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

29. Atletismo. Ex.: corrida, salto em altura, salto em distancia, etc.

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

30. Basquetebol:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

31. Caminhada e/ou Cooper:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

32. Ciclismo:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

33. Futebol:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

34. Ginástica:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

35. Ginástica Laboral:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

36. Handebol:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

37. Natação:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

38. Esportes de aventura:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

39. Pesca:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

40. Tênis

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

41. Voleibol:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

42. Cinema:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

43. Dança:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

44. Jogos de internet:

① Muito frequentemente ② Frequentemente ③ Às vezes ④ Muito raramente ⑤ Nunca

45. Jogos de mesa. Ex.: xadrez, dama, baralho, etc.

**APÊNDICE C – REDAÇÃO DA SEGUNDA SÉRIE DO ANTIGO
ENSINO PRIMÁRIO (1994)**

1) Produção de texto.

O trabalho?

Todo mundo precisa trabalhar. Sabe porque? porque se não trabalharmos nós podemos até morrer. O trabalho nos dá: dinheiro, roupas, comida e também podemos aprender.

Sabe, tem até crianças trabalhando! muita gente passa necessidade porque não trabalha. Eu, quando crescer, quero trabalhar muito. Eu imagino essas pessoas que não trabalham: passam frio, fome, necessidade. Eu admiro muito essas pessoas que se matam de trabalhar para sustentar seus filhos.

Eu não gosto dessas pessoas que têm preguiça de ir à escola, de trabalhar. Meu avô é aposentado, mas trabalha e também é produtor. Eu gosto dele, mas também tenho pena da minha tia, ela não consegue emprego. E tantos estão assim!

Eu acho tão bonito isso: todo mundo trabalhando com honestidade, tem gente que não trabalha com honestidade.

Sabe, o trabalho é muito importante, eu acho tão bonito e legal. Trabalhar é também é até bom para a saúde. Pena que tanta gente trabalha muito e acaba doendo a vida.

ANEXO A – CARTA DE APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências da Saúde
Comitê de Ética em Pesquisa



Curitiba, 05 de agosto de 2009.

Ilmo (a) Sr. (a)
Aline Barato Cheluchinhak

Nesta

Prezado(a) Pesquisador(a),

Comunicamos que o Projeto de Pesquisa intitulado **"O consumo das práticas do lazer e de bens culturais por quem produz conhecimento científico tecnológico junto ao LACTEC"** está de acordo com as normas éticas estabelecidas pela Resolução CNS 196/96, foi analisado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Setor de Ciências da Saúde da UFPR, em reunião realizada no dia 24 de junho de 2009 e apresentou pendência(s). Pendência(s) apresentada(s), documento(s) analisado(s) e projeto aprovado em 05 de agosto de 2009.

Registro CEP/SD: 744.079.09.06 CAAE: 2171.0.000.091-09

Conforme a Resolução CNS 196/96, solicitamos que sejam apresentados a este CEP, relatórios sobre o andamento da pesquisa, bem como informações relativas às modificações do protocolo, cancelamento, encerramento e destino dos conhecimentos obtidos.

Data para entrega do relatório final ou parcial: 05/02/2010.

Atenciosamente

Prof.ª Dr.ª Liliana Maria Labronici
Coordenadora do Comitê de Ética em
Pesquisa do Setor de Ciências da Saúde

